

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI

(Analisis 7C Framework Pada Akun Bisnis @Yuwascarf)

SKRIPSI

Oleh :

Andi Triyasetiawan

201810415237



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI

(Analisis 7C Framework Pada Akun Bisnis @Yuwascarf)

SKRIPSI

Oleh :
Andi Triyasetiawan
201810415237



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (Analisis 7C Framework Pada Akun Bisnis @yuwascarf)

Nama Mahasiswa : Andi Triyasetiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415237

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 27 Juli 2022



Pembimbing I

Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Annisa'.

Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si

NIDN 0312079501

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fina Zahra'.

Fina Zahra, S.Sn., M.A

NIDN 0309059203

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Media Sosial Instagram Sebagai Media
Promosi (Analisis 7C Framework Pada Akun
Bisnis @yuwascarf)
Nama Mahasiswa : Andi Triyasetiawan
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415237
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN : 0310068902

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

NIDN : 0312079501

Penguji II : Tabrani Sjafrizal, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0306046603

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

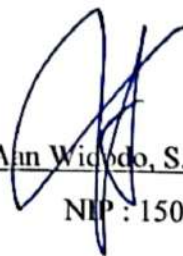


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

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 saya yang berjudul **Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (Analisis 7C Framework Pada Akun Bisnis @yuwascarf)** adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak ada materi yang ditulis oleh orang lain kecuali hasil pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam penulisan karya ini, maka 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 meminjam Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 05 Agustus 2022



Andi Triyasetiawan

201810415237

ABSTRAK

Andi Triyasetiawan 201810415237. Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (Analisis 7C Framework Pada Akun Bisnis @yuwascarf).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi dapat berjalan secara efektif dengan menganalisisnya menggunakan elemen-elemen yang ditentukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan subjek penelitian yang terdiri dari Admin Instagram @yuwascarf, Owner atau pemilik Instagram @yuwascarf, dan juga orang yang ikut andil dalam pembuatan konten @yuwascarf. Pengumpulan data didapatkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan secara *online* dan *offline*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram merupakan salah satu media yang tepat untuk dijadikan sebagai salah satu media promosi. Dalam analisa yang dilakukan oleh peneliti pada akun Instagram @yuwascarf, peneliti menemukan Instagram memiliki fitur atau fungsi yang berhasil memenuhi tujuh total keseluruhan elemen dari 7C Framework, mulai dari *context*, *content*, *community*, *communication*, kemudian *connection*, *costumization* dan terakhir adalah *commerce*.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, 7C Framework, Promosi, context, content, community, communication, connection, commerce, dan costumization.

ABSTRACT

Andi Triyasetiawan 201810415237. *Instagram Social Media as Promotional Media (7C Framework Analysis on @yuwascarf Business Account).*

This study was conducted to find out how the use of Instagram social media as a promotional media can run effectively by analyzing it using the specified elements. The method used in this study is a qualitative method with research subjects consisting of Instagram Admin @yuwascarf, Owner or Instagram owner @yuwascarf, and also people who take part in the creation of @yuwascarf content. Data collection can be obtained through interviews, observations and documentation conducted online and offline. The results of this study indicate that Instagram social media is one of the right media to be used as a promotional media. In the analysis conducted by the researcher on the @yuwascarf Instagram account, the researcher found that Instagram has features or functions that successfully fulfill seven total elements of the 7C Framework, starting from context, content, community, communication, then connection, customization and finally commerce.

Keywords: *Social Media, Instagram, 7C Framework, Promotion, context, content, community, communication, connection, commerce, and costumeization.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu dengan judul “Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (Analisis 7C Framework Pada Akun Bisnis @yuwascarf)”. Dalam proses penyusunan skripsi ini, tentunya tidak akan selesai jika tanpa dukungan, doa, serta bantuan dari beberapa pihak yang terlibat dalam proses tersusunnya laporan penelitian ini terutama kepada kedua Orang Tua saya Bpk. Sudarsono dan Ibu Tri Suryaningsih yang selalu ada disamping saya dan selalu saya jadikan motivasi dalam diri saya. Adapun pihak-pihak lainnya yang turut membantu dalam proses tersusunnya laporan penelitian ini.

Saya menyadari bahwa dengan terselesaikannya skripsi ini banyak pihak-pihak tertentu yang sudah banyak membantu saya oleh karena itu, saya ucapkan terima kasih 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 Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi arahan memberi dukungan penulis dalam menyusun Skripsi.
5. Ibu Fina Zahra, S.Sn., M.A selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak membimbing, arahan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu peneliti membuat Skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan, Rahulloh Firmansyah, Naufal Nazhif Kurniawan, Venny Anggraini, Seno Wisnu, Maajid Zainul, dan

teman-teman yang lain tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberi support kepada penulis.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam pengerjaan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.



Jakarta, 05 Agustus 2022


Andi Triyasetiawan
NPM. 201810415237

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Akademis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konsep Dasar Penelitian.....	12
2.2.1 Media Sosial	12
2.2.2 Instagram	13
2.2.3 Promosi.....	14
2.3 Kerangka Teori.....	15
2.3.1 7C Framework	15
2.4 Kerangka Pemikiran.....	16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Metode Penelitian.....	18
3.3 Teknik Penentuan Informan.....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	20
3.6 Teknik Keabsahan Data	21
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Gambaran Umum Akun Instagram @Yuwascarf	22
4.1.1 Profile Akun Instagram @Yuwascarf.....	22
4.1.2 Media Promosi Yuwascarf	24
4.2 Deskripsi Informan.....	25
4.2.1 Key Informan	25
4.2.2 Informan Kedua.....	26
4.2.3 Informan Ketiga.....	26
4.3 Hasil Penelitian	26
4.3.1 <i>Context</i>	26
4.3.2 <i>Content</i>	28
4.3.3 <i>Community</i>	29
4.3.4 <i>Communication</i>	31
4.3.5 <i>Connection</i>	32
4.3.6 <i>Costumization</i>	34
4.3.7 <i>Commerce</i>	35
4.4 Pembahasan.....	36
4.4.1 Penerapan Teori 7C Framework.....	37
4.4.1.1 <i>Context</i>	37

4.4.1.1.1	<i>Caption</i>	38
4.4.1.1.2	Nilai Estetis pada Foto dan Video.....	39
4.4.1.1.3	Tag	41
4.4.1.2	<i>Content</i>	42
4.4.1.3	<i>Community</i>	45
4.4.1.4	<i>Communication</i>	47
4.4.1.5	<i>Connection</i>	49
4.4.1.6	<i>Commerce</i>	52
4.4.1.7	<i>Customization</i>	55
BAB V PENUTUP.....		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Pertama	8
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Kedua	9
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu Ketiga.....	10
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu Keempat.....	11
Tabel 4.1	Tabel Profile Informan	25



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Pengguna Instagram di Indonesia Pada Tahun 2021	3
Gambar 1.2	Profil Akun Instagram Bisnis @yuwascarf	5
Gambar 1.3	Postingan pada Akun Instagram Bisnis @yuwascarf.....	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penulis	16
Gambar 4.1	Postingan Pertama Akun Instagram Bisnis @yuwascarf	23
Gambar 4.2	Logo Akun Instagram Bisnis @yuwascarf.....	24
Gambar 4.3	Salah satu Caption yang ada pada postingan akun @yuwascarf.....	39
Gambar 4.4	Proses edit foto yang ada pada akun @yuwascarf	40
Gambar 4.5	Proses edit foto campuran warna yang ada pada akun @yuwascarf.....	41
Gambar 4.6	Penambahan Tag yang ada pada akun @yuwascarf.....	42
Gambar 4.7	Postingan yang berisi promo pada Instagram @yuwascarf.....	43
Gambar 4.8	Postingan tentang <i>style fashion</i> pada Instagram @yuwascarf.....	44
Gambar 4.9	Postingan Diskon pada Instagram @yuwascarf	45
Gambar 4.10	<i>Like</i> dan <i>Comment</i> yang berisi <i>mention</i> pada Instagram @yuwascarf.....	46
Gambar 4.11	Interaksi yang terjadi di kolom komentar akun @yuwascarf	47
Gambar 4.12	Interaksi yang terjadi di <i>Direct Massage</i> (Dm) akun @yuwascarf.....	48
Gambar 4.13	Tautan atau <i>link</i> yang terletak pada bio <i>profile</i> akun @yuwascarf.....	50
Gambar 4.14	Gambaran ketika pengguna Instagram mengklik tautan atau <i>link</i> pada bio <i>profile</i> akun Instagram @Yuwascarf.....	51
Gambar 4.15	Gambaran ketika pengguna Instagram mengklik tautan atau <i>link</i> pada bio <i>profile</i> akun Instagram @Yuwascarf dan mengklik marketplace Shopee.....	52
Gambar 4.16	Beberapa Testimonial dari para pembeli produk akun	

	Instagram @yuwascarf	53
Gambar 4.17	Beberapa Testimonial dari para pembeli produk akun Instagram @yuwascarf	54
Gambar 4.18	Beberapa Testimonial para pembeli produk akun Instagram @yuwascarf	55
Gambar 4.19	Highliht produk yang ditampilkan pada akun Instagram @yuwascarf	56



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Curriculum Vitae
- Lampiran 2 : Transkrip Wawancara dan Reduksi
- Lampiran 3 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 4 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 : Form Perbaikan Skripsi

