

ANALISA 7C *FRAMEWORK* PADA MEDIA SOSIAL

INSTAGRAM @dessertdarlings

PERIODE 2022

SKRIPSI

Oleh:

Rahmalia Agustin

201910415193



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2023

**ANALISA 7C *FRAMEWORK* PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @dessertdarlings
PERIODE 2022**

SKRIPSI

Oleh:

Rahmalia Agustin

201910415193



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : ANALISA 7C *FRAMEWORK* PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@dessertdarlings PERIODE 2022

Nama Mahasiswa : Rahmalia Agustin

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415193

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal lulus ujian Skripsi : 17 Juli 2023



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISA 7C *FRAMEWORK* PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @dessertdarlings
PERIODE 2022

Nama Mahasiswa : Rahmalia Agustin
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415193
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0914128902

Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN. 0310068902

Sekretaris Penguji : Pagi Muhammad, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN. 0310038403

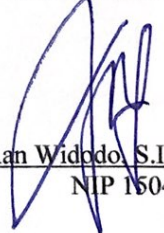
MENGETAHUI,

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 **“ANALISA 7C FRAMEWORK PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @dessertdarlings PERIODE 2022”** 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 dituliskan 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, 28 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Rahmalia Agustin

201910415193

ABSTRAK

Rahmalia Agustin 201910415193, Analisa *7C Framework* pada media sosial Instagram @dessertdarlings periode 2022.

Media sosial Instagram saat ini semakin populer, banyak yang telah menggunakan serta memanfaatkan Instagram sebagai tempat untuk mengekspresikan diri, menjadi media hiburan, serta memudahkan seseorang dalam berinteraksi, dan kini dapat dijadikan sebagai media pemasaran secara *online*, dikarenakan Instagram mempunyai fitur-fitur pendukung seperti unggahan *feeds*, *story*, *reels*, *like*, komentar, dan *share*. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui dan menganalisa konsep pemasaran digital *7C Framework* oleh Jeffrey F Rayport & Bernard J Jaworski (2003) pada video *reels* di akun Instagram @dessertdarlings dalam periode 2022. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dan melakukan pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, pencarian data *online*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @dessertdarlings dapat memenuhi tujuh elemen konsep *7C Framework* dalam mengelola akun Instagram sebagai akun bisnis, elemen yang terpenuhi yakni *context*, *content*, *community*, *customization*, *communication*, *connection*, dan *commerce*. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa media sosial Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran atau promosi sebab Instagram merupakan salah satu media sosial yang cepat dalam menyebarkan informasi kepada publik, salah satunya seperti yang dilakukan akun Instagram @dessertdarlings dalam mempromosikan restoran Dessert Darlings.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Komunikasi Pemasaran, *7C Framework*, *context*, *content*, *community*, *customization*, *communication*, *connection*, *commerce*, Dessert Darlings.

ABSTRACT

Rahmalia Agustin 201910415193, *Analysis 7C Framework on social media Instagram @dessertdarlings period 2022.*

Social media Instagram is currently increasingly popular, many have used and utilized Instagram as a place to express them selves, as a medium of entertainment, and to make it easier for someone to interact, and now it can be used as a marketing medium online. because Instagram has supporting features such as uploads feeds, story, reels, like, comments, and share. This research aims to know and analyze the 7C digital marketing concept Framework by Jeffrey F Rayport & Bernard J Jaworski (2003) on video reels on the Instagram account @dessertdarlings in the 2022 period. This research uses a qualitative descriptive approach method and collects data by observation, interviews, documentation, literature study, data search online. The results of this study show that the @dessertdarlings Instagram account can fulfill the seven elements of the 7C concept Framework in managing an Instagram account as a business account, the elements that are fulfilled are context, content, community, customization, communication, connection, and commerce. Based on this, it is known that Instagram social media can be used as a marketing or promotional medium because Instagram is one of the fast social media in disseminating information to the public, one of which is the Instagram account @dessertdarlings in promoting the Dessert Darlings restaurant.

Keywords: *Social Media, Instagram, Marketing Communications, 7C Framework, context, content, community, customization, communication, connection, commerce, Dessert Darlings.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirohim

Assalamualaikum Wr.Wb

Puja dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “ANALISA 7C *FRAMEWORK* PADA MEDIA SOSIAL @dessertdarlings PERIODE 2022”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat bahwa penulis telah menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswi fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Selama mengerjakan Skripsi ini peneliti sangat berterima kasih sekali kepada Ayah dan Mamah selaku kedua orang tua peneliti yang telah memberikan doa, bantuan, serta dukungan sehingga Skripsi ini dapat selesai sesuai dengan waktu yang direncanakan. Tidak lupa peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

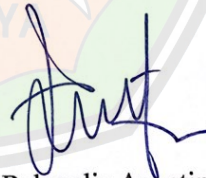
1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
5. Bapak Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu penulis dalam memberikan bimbingan selama pengerjaan Skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang berkontribusi dalam memberikan ilmu selama peneliti menempuh perkuliahan di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan perkuliahan ini.

7. Untuk INTEL genk yaitu Luchpiah, Naurah Sekar. A, Afni Fadhilah, Anisa Nurfadhilah, dan Adytia Maulana Suhatman yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Teman-teman SMA peneliti yaitu Luchpiah, Sarah Kris Elsaji, Nidya Clairine, Fahri Aziz, dan Ranadya Candra yang telah memberikan support serta semangat kepada peneliti selama pengerjaan skripsi ini.
9. Kepada para Informan Penelitian yang telah bersedia untuk dicantumkan dalam penelitian ini.
10. Terakhir peneliti mengucapkan terima kasih untuk kucing-kucing peneliti yaitu Mollie, Memei, Mueza yang telah menghibur dan menemani hari-hari peneliti.

Akhir kata peneliti berharap agar Skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah pengetahuan dan sebagai referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Jakarta, 28 Juli 2023



Rahmalia Agustin

NPM 201910415193

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 BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9

1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Review Penelitian Sejenis.....	11
2.2 Kerangka Konseptual.....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.2 Media Sosial	21
2.2.3 Instagram	23
2.2.4 <i>Content Analysis</i>	24
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.6 Triangulasi Data.....	35
3.7 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian	36
3.7.1 Waktu penelitian.....	36
3.7.2 Tempat Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Profil Informan	41

4.3 Hasil dan Pembahasan.....	42
4.3.1 <i>Context</i> (konteks).....	72
4.3.2 <i>Content</i> (konten).....	74
4.3.3 <i>Community</i> (komunitas)	76
4.3.4 <i>Customization</i> (kustomisasi)	77
4.3.5 <i>Communication</i> (komunikasi)	79
4.3.6 <i>Connection</i> (koneksi).....	81
4.3.7 <i>Commerce</i> (perdagangan).....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis	18
Tabel 3.1 Informan penelitian	31
Tabel 3.2 <i>Time line</i> Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	41
Tabel 4.2 Hasil analisa peneliti	49
Tabel 4.3 Hasil analisa peneliti	56
Tabel 4.4 Hasil analisa peneliti	64
Tabel 4.5 Hasil analisa peneliti	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan profil Instagram @dessertdarlings.....	1
Gambar 1.2 Tampilan Instagram @dessertdarlings 2020.....	2
Gambar 1.3 Tampilan Instagram <i>ads</i> @dessertdarlings.....	3
Gambar 1.4 Data <i>favorite social media platforms</i>	5
Gambar 1.5 Data <i>the world's most used social platfomrs</i>	5
Gambar 4.1 Dekorasi restoran Dessert Darlings	38
Gambar 4.2 Kolaborasi dengan program Televisi.....	40
Gambar 4.3 kolaborasi dengan Artis	40
Gambar 4.4 video <i>reels</i> @dessertdarlings.....	43
Gambar 4.5 Konten <i>reels</i> @dessertdarlings.....	44
Gambar 4.6 <i>reels</i> Instagram @dessertdarlings.....	45
Gambar 4.7 <i>reels</i> dan <i>feeds</i> @dessertdarlings.....	46
Gambar 4.8 konten <i>reels</i> @dessertdarlings.....	47
Gambar 4.9 <i>caption reels</i> @dessertdarlings.....	48
Gambar 4.10 Kolom komentar <i>reels</i>	48
Gambar 4.11 video <i>reels</i> @dessertdarlings.....	50
Gambar 4.12 video <i>reels</i> @dessertdarlings.....	51
Gambar 4.13 komentar konten <i>reels</i>	52
Gambar 4.14 <i>reels</i> dan <i>feeds</i> Instagram.....	53
Gambar 4.15 Kolom komentar <i>reels</i>	54
Gambar 4.16 <i>caption reels</i> @dessertdarlings.....	55
Gambar 4.17 Kolom komentar <i>reels</i>	56
Gambar 4.18 video <i>reels</i> @dessertdarlings.....	58
Gambar 4.19 video <i>reels</i> @dessertdarlings.....	59
Gambar 4.20 komentar <i>reels</i> @dessertdarlings.....	60
Gambar 4.21 <i>reels</i> dan <i>feeds</i> @dessertdarlings.....	61
Gambar 4.22 kolom komentar <i>reels</i>	61
Gambar 4.23 <i>caption reels</i> @dessertdarlings.....	62
Gambar 4.24 kolom kometar @dessertdarlings	63

Gambar 4.25 video <i>reels</i> @dessertdarlings.....	65
Gambar 4.26 <i>feeds</i> dan <i>reels</i> @dessertdarlings.....	66
Gambar 4.27 Kolom komentar <i>reels</i>	67
Gambar 4.28 <i>reels</i> dan <i>feeds</i> @dessertdarlings.....	68
Gambar 4.29 Kolom komentar <i>reels</i>	68
Gambar 4.30 <i>Caption reels</i> @dessertdarlings.....	69
Gambar 4.31 Kolom komentar <i>reels</i>	70



DAFTAR BAGAN

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



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Biodata Mahasiswa/i
LAMPIRAN 2	: Transkrip Wawancara kepada <i>Key Informan</i>
LAMPIRAN 3	: Transkrip Wawancara <i>Followers</i>
LAMPIRAN 4	: Dokumentasi Wawancara <i>Key Informan</i>
LAMPIRAN 5	: Bukti Tangkapan Layar Wawancara <i>Followers</i>
LAMPIRAN 6	: Kartu Bimbingan Proposal dan Skripsi
LAMPIRAN 7	: Form Perbaikan Skripsi

