

PRAKTIK PROMOSI DIGITAL OLEH CONCERT MUSIC DI INSTAGRAM

SKRIPSI

Oleh :

Septi Lemah Sari

202010415125



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Praktik Promosi Digital Oleh Concert Music
Di Instagram

Nama Mahasiswa : Septi Lemah Sari

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415125

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tanggal lulus ujian : 25 Januari 2024



Fadli M Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0327119701

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Praktik Promosi Digital Oleh Concert Music Di Instagram
Nama Mahasiswa : Septi Lemah Sari
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415125
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian skripsi : Kamis, 25 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Novrian, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0309097603

Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0327119701


Sekretaris Penguji : Dian Sukmawati, S.Sos., M.I.Kom

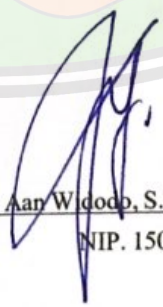
NIDN. 0320038006

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Syahrul Hidayanto S.Sos., M.Si
NIP. 2203551


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Septi Lemah Sari
Alamat : Perumahan BTP Blok D5 No 9 RT003/RW012 Setia Mekar,
Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi 17510
No Identitas (KTP/SIM) : 3216065910020010
No Telepon/Hp : 087770631019
Email : septilemahsari2002@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

Praktik Promosi Digital Oleh Concert Music Di Instagram adalah observasi, pemikiran dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian, dalam bentuk jurnal, *working paper*, atau bentuk lain yang dapat dipublikasikan secara umum. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku secara umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penelitian.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Jakarta, 02 Februari 2024

Yang menyatakan,

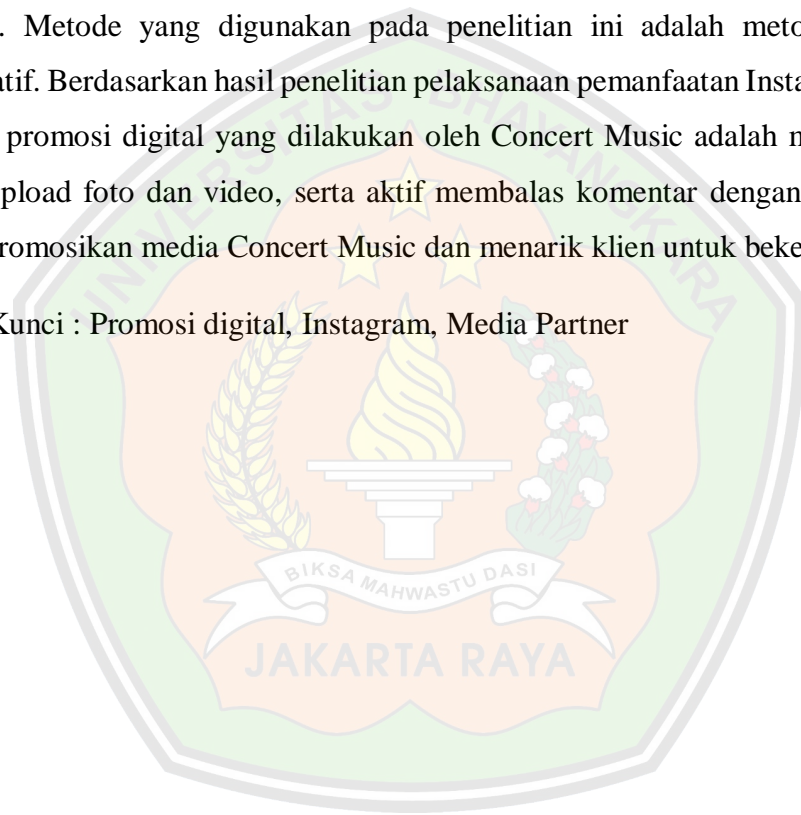


Septi Lemah Sari

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi kini memanfaatkan teknologi digital berbasis internet untuk melakukan pemasaran produk atau jasa kepada para konsumen. Promosi digital merupakan suatu proses dalam mempromosikan dan menemukan pasar melalui media digital dengan berbasis jejaring sosial. Pemasaran dengan teknologi melalui media aplikasi Instagram berupa promosi dalam bentuk konten-konten yang beragam terkait produk atau jasa. Pada penelitian ini membahas tentang pemanfaatan Instagram sebagai media promosi digital oleh media *partner* Concert Music. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian pelaksanaan pemanfaatan Instagram sebagai media promosi digital yang dilakukan oleh Concert Music adalah memanfaatkan fitur upload foto dan video, serta aktif membalas komentar dengan tujuan untuk mempromosikan media Concert Music dan menarik klien untuk bekerja sama.

Kata Kunci : Promosi digital, Instagram, Media Partner



ABSTARCT

The development of information technology now utilizes Internet-based digital technology to market products or services to consumers. Digital promotion is a process of promoting and discovering markets through digital media based on social networks. Marketing with technology through Instagram application media is a promotion in the form of a variety of content related to a product or service. This study discusses the use of Instagram as a digital promotion media by the media partner Concert Music. The method used in this research is qualitative descriptive method. Based on the results of the research, the implementation of using Instagram as the digital promotion medium carried out by Concert Music is to take advantage of the feature of upload photos and videos, as well as actively respond to comments with the aim of promoting the media Concert Music and attracting clients to cooperate.

Keywords : Digital promotion, Instagram, Partnership



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, serta karunia-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Praktik Promosi Digital Oleh Concert Music Di Instagram”. Skripsi ini di susun sebagai salah satu syarat program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik tanpa bantuan serta keterlibatan dari berbagai pihak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta kemampuan penulis dalam menyusun skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Akan tetapi penulis berharap penulisan ini menjadi manfaat bagi pihak yang membaca. Dengan ini penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat bagi penulis berupa kesehatan dan kelancaran untuk bisa menyelesaikan proposal skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada keluarga yang telah memberikan dukungan moral dan materil bagi penulis dalam kesempurnaan penyusunan skripsi ini.

Pada penyusunan skripsi ini, peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :


1. Keluarga yang sangat saya cintai dan saya hargai, Ibu Sri Sulastri, Bapak Junaedi, Kamilah Asshofa, Tasya Nur Fatihah dan M.Taqiy Syaqil yang telah memberi semangat.
2. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr.Drs. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Dr. Aan Widodo, S.Ikom., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun Selaku Dosen Akademik Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberi arahan serta motivasi.
5. Bapak Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan, pengarahan, saran dan evaluasi kepada penulis selama penyusunan skripsi.

6. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si selaku ketua program studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staf akademik yang telah berperan penting dalam membantu penulis membuat skripsi ini.
8. Kepada sahabat-sahabat tersayang yaitu, Avira Nur Alliza, Bella Sellvia dan Fito Apriady yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Meskipun penulis telah berusaha menyelesaikan skripsi penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 02 Februari 2024

Penulis


Septi Lemah Sari



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian Teoritis dan Praktis.....	7
1.5.1 Manfaat Penelitian Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Penelitian Praktis.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Konsep.....	12
2.2.1 Promosi.....	12
2.2.1.1 Pengertian Promosi.....	12
2.2.1.2 Tujuan Promosi.....	13
2.2.1.3 Sasaran Promosi.....	13
2.2.1.4 Bauran Promosi.....	14
2.2.1.5 Strategi Promosi.....	16
2.2.2 Promosi Digital.....	17
2.2.3 Instagram.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III	21
METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21

3.2 Metode Penelitian	22
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5 Teknik Analisa Data	26
3.6 Teknik Keabsahan Data	26
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	27
BAB IV	29
HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.1.1 Media <i>Partner Concert Music</i>	29
4.1.2 Struktur Organisasi	29
4.1.3 Media Sosial Concert Music	30
4.2 Hasil Penelitian.....	32
4.2.1 Promosi Digital Di Instagram	32
4.2.1.1 Postingan <i>Feed</i> (Unggahan Foto dan <i>Video</i>)	33
4.2.1.2 Komentar dan <i>Like</i>	34
4.2.1.3 Reels.....	36
4.2.1.4 Instagram <i>Story</i> dan <i>Highlight</i>	37
4.2.1.5 <i>Insight</i>	37
4.3 Pembahasan.....	39
BAB V	42
PENUTUP	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. Waktu Penelitian	28
Tabel 3. Struktur Organisasi Concert Music	29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data pengguna internet dan media sosial global	3
Gambar 2. Instagram @concertmusic	6
Gambar 3. Unsur-unsur bauran promosi.....	14
Gambar 4. Triangulasi Teknik.....	26
Gambar 5. Akun Instagram Concert Music	30
Gambar 6. Akun Tiktok Concert Music.....	30
Gambar 7. Website Concert Music.....	31
Gambar 8. <i>Feed</i> Instagram Concert Music	33
Gambar 9. Konten <i>feed</i> Instagram Concert Music	34
Gambar 10. Komentar dan Like pada Instagram @concertmusic_.....	35
Gambar 11. Komentar pada Instagram Concert Music	35
Gambar 12. Instagram <i>reels</i> @concertmusic	36
Gambar 13. Reels Instagram Concert Music.....	36
Gambar 14. Sorotan Instagram Concert Music	37
Gambar 15. <i>Insight</i> Instagram Concert Music	38



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Penelitian.....	20
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa	48
Lampiran 2 Panduan Wawancara	50
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	52
Lampiran 4 Reduksi Data Wawancara.....	61
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara	69
Lampiran 6 Form Perbaikan Sidang	71

