

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* PADA AKUN
@YHOOPHIL.OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
DENGAN PELANGGAN**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Cindie Sya'bania Feroza

161910016

Diajukan Guna Memenuhi salah satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG

2020

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul:

Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Akun @yhoophii_official sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan

Disusun Oleh:

Cindie Sya'bania Feroza

Telah dipertahankan di hadapan panitia ujian skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma pada hari/tgl 31 Agustus 2020 guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi strata satu dengan sebutan S.I.Kom. dan hasil telah memenuhi syarat dan dinyatakan lulus.

Panitia Ujian Skripsi

Pembimbing : Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom.

Penguji 1 : Prof. Hj. Isna Wijayani, M.Si, Ph.D.

Penguji 2 : Dwi Maharani, M.I.Kom.

Tanggal Sidang : 31/08/2020

Disahkan Oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Bina Darma

Universitas

Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr.Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom.)

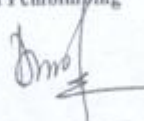
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipertahankan pada ujian seminar proposal skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma.

Nama : Cindie Sya'bania Feroza
NIM : 161910016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Akun
@yhoophii_official sebagai Media Komunikasi
dengan Pelanggan

Menyetujui

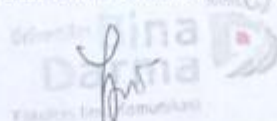
Dosen Pembimbing



(Dr. Desy Misnawati, M.LKom.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Isnawjayani, M.Si., Ph.D.)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cindie Sya'bania Feroza

Nim : 161910016

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau perguruan negeri tinggi lain.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dan mencantumkan nama pengarang dan dimasukkan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan ini dicek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggahke internet sehingga dapat diakses secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang, 2020

Yang membuat pernyataan



Cindie Sya'bania Feroza

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Kesabaran itu ada dua macam: sabar atas sesuatu yang tidak kau ingin dan sabar menahan diri dari sesuatu yang kau ingini.

Persembahan

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ❖ Ayah dan mama yang selalu memberikan kasih sayang, semangat serta mendoakan.
- ❖ Saudara Saudaraku, ayuk Sintia Mega Feroza, Abang Sandi Tri Putra, Adik Salsabilla Safitri dan M. Iqbal Feroza Putra.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Penggunaan Media Sosial *Instagram* Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial *instagram* pada akun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto , video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan termasuk *instagram* itu sendiri. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi serta dokumentasi. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori *New Media* oleh Pierre Levy. Lokasi penelitian ini terletak di Jalan Kapten Marzuki No. 528 C, Palembang, Sumatera Selatan. Informan pada penelitian ini terdiri dari informan utama dan informan pendukung. Informan utama pada penelitian ini adalah Sri Rahayu Widiyanti selaku admin dari akun *instagram* @yhoophii.official. Dua informan pendukung pada penelitian ini adalah Yoza Dwi Cahaya dan Fitria Wulandari selaku pelanggan dari @yhoophii_official. Hasil penelitian ini diketahui bahwa akun @yhoophii_official digunakan untuk membagikan informasi mengenai produk, jam operasional toko, cara berbelanja *online*, segala hal yang berkaitan dengan Toko Yhoophii Shop, dan menjadi media komunikasi dengan pelanggan. Pelanggan dapat berinteraksi dengan memberikan pertanyaan melalui akun @yhoophii_official yang akan dijawab oleh admin.

Kata Kunci : Komunikasi, *Instagram* @yhoophii_official, Pelanggan

ABSTRAK

This research entitled "Use of Instagram Social Media on @yhoophii_official Account as a media of communication with customers". The purpose of this research is to find out how the use of Instagram social media on the @yhoophii_official account as a media of communication with customers. Instagram is an application to share photos, videos, apply digital filters and share them to various network services including Instagram itself. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach, using data collection methods with interviews, observation, and documentation. The theory used in this research is the theory of New Media by Pierre Levy. The location of this research is located at Jalan Kapten Marzuki No. 528 C, Palembang, South Sumatera. Informants in this research consisted of key informants and supporting informants. The key informant in this research is Sri Rahayu Widianti as the admin of the @yhoophii_official Instagram account. And two supporting informants in this research is Yoza Dwi Cahaya and Fitria Wulandari as a customers. The results of this research show that the @yhoophii_official account is used to share information about products, store operating hours, how to shop online, all things related to the Yhoophii Shop, and to become a media of communication with customers. Customers can interact by providing questions through the @yhoophii_official account which will be answered by the admin.

Key words: Communication, *Instagram* @yhoophii_official, Customers

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan, sehingga penulis dapat memenuhi syarat mengajukan Skripsi Program Strata Satu (S1) dengan judul **“Penggunaan Media Sosial *Instagram* Pada Akun @yhoophii.official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan”**. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata I Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Darma Palembang.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada orang tua, Ayah Rozali Effendi dan Ibu Feriana yang selalu menjaga, mendoakan, memberi nasehat, semangat serta dukungan moral dan materi. Sungguh tiada kata yang bisa menggambarkan betapa berharganya kedua orang tua bagi penulis. Penulis tidak lupa menyampaikan terima kasih kepada Sintia Mega Feroza, Sandi Tri Putra, Salsabilla Safitri, serta M. Iqbal Feroza Putra saudara yang selalu memberikan semangat bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Sunda Ariana, M.Pd, M.M selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.

2. Prof. Isna Wijayani, Ph.D selaku Dekan fakultas ilmu komunikasi Universitas Bina Darma Palembang
3. Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom selaku Kaprodi ilmu komunikasi, sekaligus dosen pembimbing
4. Dwi Maharani, M. I.Kom selaku dosen Ilmu Komunikasi yang memberikan ilmu, arahan kepada penulis.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini akan memberikan manfaat bagi kita semua.

Palembang, 9 Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Literatur	6
2.2 Kerangka Teoritis	10
2.2.1 Teori <i>New Media</i>	10
2.3 Kerangka Konseptual	15
2.3.1 Komunikasi Massa	15
2.3.1.1 Definisi Komunikasi.....	15
2.3.1.2 Definisi Komunikasi Massa	17
2.3.1.3 Fungsi Komunikasi Massa	18
2.3.2 Pengertian Internet	19

2.3.3 Pengertian Media Sosial.....	20
2.3.3.1 Fungsi Media Sosial	21
2.3.3.2 Tujuan Media Sosial.....	22
2.3.3.3 Jenis-Jenis Media Sosial.....	23
2.3.4 Instagram.....	24
2.3.4.1 Fitur-Fitur Instagram	25
2.3.4.2 Kelebihan Instagram	26
2.3.4.3 Kekurangan Instagram	27
2.3.5 Pelanggan	28
2.3.5.1 Pengertian Pelanggan	28
2.3.5.2 Jenis-Jenis Pelanggan	28
2.3.5.3 Keinginan Pelanggan.....	30
2.4 Kerangka Pemikiran.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Pendekatan Penelitian	34
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.5 Metode Analisis Data	37
3.5.1 Sumber Data	37
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Profil Informan	40
4.1.1.1 Informan Utama.....	41
4.1.1.2 Informan Pendukung.....	42
4.1.2 Gambaran Umum Toko Yhoophii Shop.....	43
4.1.2.1 Profil Toko Yhoophii Shop	44
4.1.2.2 Struktur Organisasi Yhoophii Shop.....	45
4.1.3 Tempat Penelitian.....	45

4.1.4 Deskripsi Hasil Wawancara	46
4.1.4.1 Penggunaan Media Sosial <i>Instaram</i> sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan	46
4.1.4.2 Permasalahan dan Solusi dari Penggunaan Media Sosial <i>Instaram</i> sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan	57
4.2 Pembahasan.....	60
4.2.1 Penggunaan Media Sosial <i>Instaram</i> sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan	61
4.2.2 Permasalahan dan Solusi dari Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan	63
4.2.3 Kaitan Teori <i>New Media</i> dengan Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan	65
BAB V	
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Saran Teoritis	69
5.2.1 Saran Praktis.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Literatur	8
------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Pemikiran	31
4.1 Struktur Organisasi Yhoophii Shop	45
4.2 Wawancara Peneliti dengan Pelanggan	49
4.3 Wawancara Peneliti dengan Pelanggan	52
4.4 Wawancara Peneliti dengan Admin @yhoophii_official	54
4.5 Wawancara Peneliti dengan Admin @yhoophii_official	57