

**PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT
CUSTOMER @REVSMOTOSHOPPLG**

SKRIPSI

Muhammad Syahril Husaini

NIM 171910001

Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Pada Fakultas Ilmu Komuniaksi Universitas Bina Darma



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BINA DARMA**

2022

Halaman Pengesahan

Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan
Minat Customer @Revsmotoshopplg

Muhammad Syahril Husaini

171910001

SKRIPSI

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

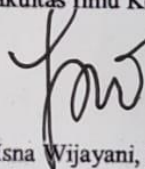
Menyetujui,

Palembang April 2022

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Bina Darma,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

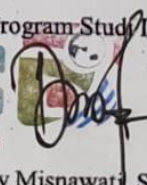


(Prof. Hj. Isna Wijayani, M.Si.,Ph.D)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Universitas Bina Darma
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

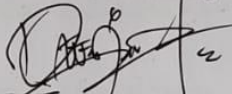
Halaman Pengesahan Skripsi

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

Nama : **Muhammad Syahril Husaini**
Nim : 171910001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran
Untuk Meningkatkan Minat Customer @Revsmotoshopplg

Menyetujui


Dosen Pembimbing



(Dwi Maharani, M.Ikom)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL

Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Customer @Revsmotoshopplg

Disusun Oleh:

Muhammad Syahril Husaini

Telah dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi pada program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma pada 2020 guna memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi strata satu dengan sebutan S.I.Kom dan hasil telah memenuhi syarat dan dinyatakan lulus.

Panitia Penguji Skripsi

Ketua : Dwi Maharani, M.I.Kom

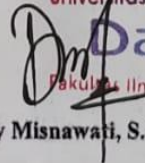
Penguji 1 : Rahma Santhi Zinaida, S.Si.,M.I.Kom

Penguji 2 : Dr. Desy Misnawati, S.Sos.,M.I.Kom

Tanggal Sidang : 07 April 2022

Disahkan oleh,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas





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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Syahril Husaini

Nim : 171910001

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, 07 April 2022

Yang membuat pernyataan



(Muhammad Syahril Husaini)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

*"MEMBANTU 1 ORANG TIDAK MUNGKIN MENGUBAH DUNIA, NAMUN
DAPAT MENGUBAH DUNIA UNTUK 1 ORANG"*

PERSEMBAHAN

- ❖ KEPADA ALLAH SWT
- ❖ ORANG TUA YANG TIADA HENTI MEMBERI SUPPORT SELAMA INI
- ❖ KELUARGA BESARKU
- ❖ HAMBА ALLAH YANG SELALU DALAM DOAKU
- ❖ NAUFAL, NYOMAN OKA, DEPA, LEO, DAN FAJRI
- ❖ TEMAN-TEMAN ANGKATAN 2017 YANG KUSAYANGI

Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Customer @Revsmotoshopplg

Muhammad Syahril Husaini

171910001

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Customer @Revsmotoshopplg. Penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan hal-hal yang terkait dengan peran media sosial Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan minat customer. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan mengambil objek penelitian adalah Revsmotoshop, pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi dengan para informan-informan yaitu pemilik, pelanggan dan followers Revsmotoshop. Teori yang digunakan Teori Integrated marketing dan teori Peran sebagai pendukung. Berdasarkan hasil penelitian bahwa instagram berperan sebagai media promosi Revsmotoshop karena memudahkan mempromosikan produk-produk yang ditawarkan, dengan kelengkapan fitur-fitur seperti pencarian lokasi serta menggunakan hastag(#), memudahkan Revsmotoshop menawarkan produk-produknya, selain kemudahan dalam mempromosikan produk, efisiensi biaya dalam kegiatan promosi, selain itu cara mempromosikan produk melalui instagram dengan menggunakan review dari pelanggan serta postingan yang menarik, faktor yang membuat instagram efektif digunakan untuk promosi adalah media sosial yang digunakan oleh semua kalangan.

Kata Kunci : Peran, Komunikasi Pemasaran, Revsmotoshop Instagram

The Role of Instagram as a Marketing Communication Media to Increase Customer Interest @Revsmotoshopplg

Muhammad Syahril Husaini

171910001

Abstract

This research is entitled The Role of Instagram as a Marketing Communication Media for Photos to Increase Customer Interest @Revsmotoshopplg. This research was conducted to reveal matters related to the role of social media Instagram as a promotional medium to increase customer interest. This research is a qualitative research with a case study approach by taking the object of research is Revsmotoshop, data collection in this study was obtained through interviews, observations, documentation with informants, namely owners, customers and followers of Revsmotoshop. The theory used is Integrated marketing theory and Role theory as a supporter. Based on the results of the research that Instagram acts as a promotional medium for Revsmotoshop because it makes it easier to promote the products offered, with complete features such as location search and using hashtags (#), it makes it easier for Revsmotoshop to offer its products, in addition to the ease of promoting products, cost efficiency in promotional activities, besides how to promote products through Instagram by using reviews from customers and interesting posts, the factor that makes Instagram effective for promotion is social media that is used by all groups.

Keywords: Role, Marketing Communication, Revsmotoshop Instagram

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Peran Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk meningkatkan minat Costumer @Revsmotoshopplg ”**. Yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada orang tua, Bapak Syakroni AR, S.pd dan Ibu Asmawati 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. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

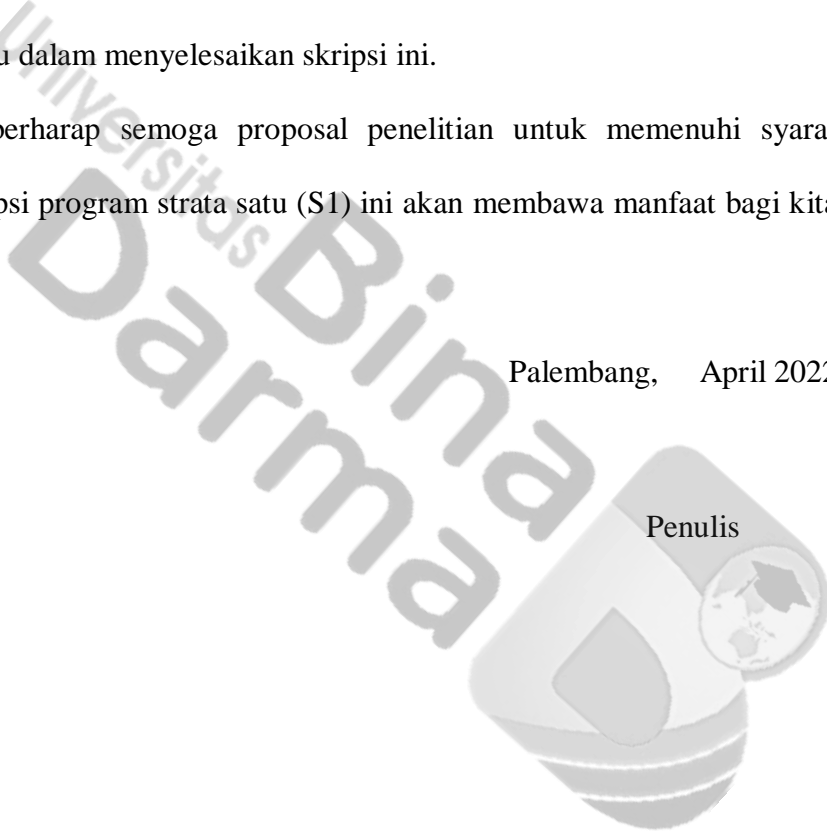
1. Ibu Sunda Ariana, M.Pd, M.M selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Isna Wijayani, Ph.D selaku Dekan fakultas ilmu komunikasi Universitas Bina Darma Palembang.
3. Dr. Desy Misnawati, S.Sos.,M.I.Kom selaku Kaprodi ilmu komunikasi.
4. Ibu Dwi Maharani, M.I.Kom sebagai pembimbing dalam penelitian ini.
5. Ibu Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom dan Ibu Dr. Desy Misnawati, S.Sos.,M.I.Kom selaku dosen penguji.

6. Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada Penulis.
Terima kasih untuk semangat, nasehat, motivasi dan arahnya selama proses belajar mengajar.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga proposal penelitian untuk memenuhi syarat mengajukan skripsi program strata satu (S1) ini akan membawa manfaat bagi kita semua.

Palembang, April 2022

Penulis



DAFTAR ISI

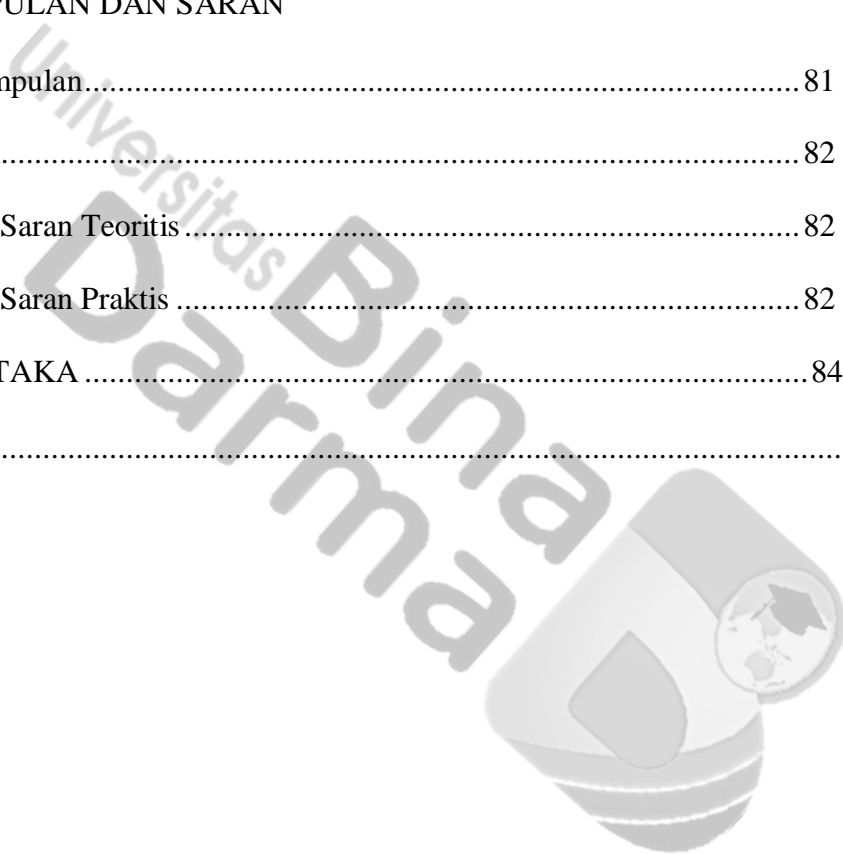
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Literatur.....	9
2.1.1 Kajian Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Teoritis	12
2.2.1 Teori Peran.....	13
2.2.2 Teori <i>Intergrated Marketing Communication</i>	15
2.2.3 Bauran Promosi.....	18

2.2.4 Analisis SWOT	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	22
2.3.1 Komunikasi.....	22
2.3.2 Pengertian Media Sosial	24
2.3.3 Pengertian Instagram.....	24
2.3.4 Sejarah Instagram.....	25
2.3.5 Fitur-Fitur Instagram	26
2.3.6 Komunikasi Pemasaran	28
2.3.7 Tujuan Komunikasi Pemasaran	29
2.3.8 Model Komunikasi Pemasaran	28
2.3.9 Efektifitas Pemasaran	30
2.3.10 Toko Online (<i>Online Shop</i>).....	31
2.3.11 Kepercayaan <i>Customer</i>	31
2.4 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Pendekatan Penelitian	34
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	35
3.3.1 Objek Penelitian	35
3.3.2 Subjek Penelitian.....	35
3.4 Karakteristik Pemilihan Informan	35
3.4.1 Informan Kunci Penelitian.....	36
3.4.2 Informan Pendukung Penelitian.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37

3.5.1	Observasi	37
3.5.2	Wawancara.....	38
3.5.3	Dokumentasi	39
3.6	Analisis Data	39
3.7	Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.7.1	Tempat Penelitian.....	40
3.7.2	Waktu Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Dan Pembahasan Penelitian	42
4.1.1	Sejarah Berdirinya Revsmotoshop	42
4.1.2	Visi Misi Revsmotoshop	42
4.1.3	Tujuan Revsmotoshop Secara Online maupun Offline	43
4.1.4	Produk Revsmotoshopplg	43
4.1.5	Instagram Sebagai Media Promosi.....	43
4.2	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1	Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Revsmotoshop.....	45
4.2.2	Kegiatan Komunikasi Pemasaran Revsmotoshop Melalui Media Sosial Instagram	47
4.2.3	Iklan Revsmotoshop di Instagram.....	49
4.2.3.1	Kelengkapan Fitur Dalam Proses Menampilkan Iklan Agar Terlihat Lebih Menarik	51
4.2.4	Promosi Penjualan Revsmotoshop di Instagram.....	53

4.2.4.1	Kemudahan Dalam Mempromosikan Produk Yang Di Tawarkan	55
4.2.4.2	Sesuai Dengan Segmentasi Pasar Revsmotoshop	56
4.2.4.3	Efisiensi Biaya Dalam Kegiatan Promosi	57
4.2.4.4	Menggunakan Review dan Testimoni Langsung Dari Pelanggan	58
4.2.4.5	Posting Produk Yang di Tawarkan	59
4.2.4.6	Strategi Revsmotoshop Dalam Mempromosikan Produk	60
4.2.5	<i>Event and Experience</i> Yang di Lakukan Revsmotoshop di Instagram	601
4.2.6	<i>Interactive Marketing</i> Yang Dilakuan Revsmotoshop di Instagram	63
4.2.7	<i>Public Relations and Publicity</i> Yang Dilakukan Revsmotoshop.....	65
4.2.8	Kelebihan Produk Revsmotoshop	68
4.2.9	Analisis SWOT	68
4.3	Minat Konsumen Pada Produk Revsmotoshop	70
4.4	Pembahasan Penelitian.....	73
4.4.1	Efektivitas Penggunaan Instagram Dalam Memasarkan Produk Revsmotoshop.....	73
4.4.1.1	Revsmotoshop Memfasilitasi Transaksi Produk	73
4.4.1.2	Terdapat Fitur Yang Memudahkan Dalam Proses	

	Pencarian Produk	74
4.4.1.3	Terdapat Fitur Yang Memudahkan Dalam Pencarian Lokasi.....	75
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
5.2.1	Saran Teoritis.....	82
5.2.2	Saran Praktis	82
	DAFTAR PUSTAKA	84
	LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Unggahan Foto dan Followers @Revsmotoshop dengan Kompetitornya Hingga Bulan Juli 2021	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1	Tabel Informan.....	38
Tabel 3.2	Waktu Penelitian	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Toko Revsmotoshop.....	4
Gambar 2.1	Model Komunikasi Pemasaran	29
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1	Postigan Instagram Revsmotoshop	44
Gambar 4.2	Profil Instagram Revsmotoshop.....	46
Gambar 4.3	Postingan Promosi Revsmotoshop di Instagram	50
Gambar 4.4	Postingan Revsmotoshop.....	52
Gambar 4.5	Postingan Paket Diskon Revsmotoshop di Instagram.....	54
Gambar 4.6	Stiker Yang dibagikan Revsmotoshop	55
Gambar 4.7	Postingan Instagram @Teamapodayo.....	56
Gambar 4.8	Postingan Testimoni Pelanggan Revsmotoshop	58
Gambar 4.9	Postingan Feed dan Hastag Instagram Revsmotoshop.....	61
Gambar 4.10	Postingan Instagram Saat Revsmotoshop Mengikuti Event.....	62
Gambar 4.11	Postingan Edukasi dan Informasi Revsmotoshop di Instagram...	64
Gambar 4.12	Postingan Ucapan Revsmotoshop di Instagram.....	65
Gambar 4.13	Postingan Revsmotoshop Saat Masuk Media Online	67
Gambar 4.14	Linktr.ee Revsmotoshop.....	74
Gambar 4.15	Fitur Hastag Yang digunakan Revsmotoshop	75
Gambar 4.16	Fitur Pencarian Lokasi Yang Ada di Insatagram.....	76