

**PERAN *ENDORSER* DALAM OPTIMALISASI PROMOSI
UMKM MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DI KOTA
PALEMBANG**



TESIS

**Salsa Melania Aquina
Konsentrasi Ilmu Komunikasi
NIM. 222910011**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI-S2
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2023**

Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

Judul Tesis: PERAN *ENDORSER* DALAM OPTIMALISASI PROMOSI UMKM
MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DI KOTA
PALEMBANG

Oleh SALSA MELANIA AQUINA , Nim 222910011 , Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Pembimbing Program Studi Ilmu Komunikasi-S2 konsentrasi KOMUNIKASI BISNIS Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 18 Juli 2024 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 18 Juli 2024

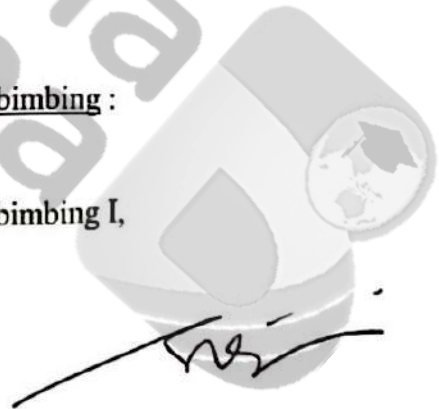
Mengetahui,
Program Studi Ilmu Komunikasi- S2
Universitas Bina Darma
Ketua,



Universitas Bina Darma
Pusat Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing :

Pembimbing I,



.....
Dr.Rahma Santhi Zinaida,S.Si.,M.Ikom. Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.Ikom.

Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis: PERAN *ENDORSER* DALAM OPTIMALISASI PROMOSI UMKM
MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DI KOTA
PALEMBANG

Oleh SALSA MELANIA AQUINA , Nim 222910011 , Tesis ini telah disetujui dan
disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi-S2 konsentrasi
KOMUNIKASI BISNIS , Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 18 Juli
2024 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 18 Juli 2024

Mengetahui,

Program Pascasarjana
Universitas Bina Darma


Direktur,
Universitas Bina Darma

PROGRAM PASCASARJANA


.....
Prof.Dr.Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc.

Tim Penguji :


Penguji I ,


.....
Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.Ikom.

Penguji II,


.....
Dr. Bastian Jabir, M.Si.

Penguji III,


.....
Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SALSALIA MELANIA AQUINA

NIM : 222910011

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Saya (Tesis, Skripsi, Tugas Akhir) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (Magister, Sarjana, dan Ahli Madya) di Universitas Bina Darma;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka;
4. Karena yakin dengan keaslian karya tulis ini, Saya menyatakan bersedia Tesis/Skripsi/Tugas Akhir, yang Saya hasilkan di unggah ke internet;
5. Surat Pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 18 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,



SALSALIA MELANIA AQUINA
NIM: 222910011

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi telah mendorong perkembangan budaya pemasaran, terutama dengan semakin populernya *E-Commerce* akibat kemajuan internet. *E-Commerce* memungkinkan produsen untuk terhubung langsung dengan konsumen tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga pemasaran produk dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Hal ini juga telah mempengaruhi teknik pemasaran, termasuk penggunaan media sosial untuk fokus pada target pasar, yang menjadi solusi penting bagi UMKM dalam mengembangkan usaha mereka.

Pemasaran digital, dengan bantuan *endorser* atau *influencer*, telah terbukti mampu menurunkan biaya pemasaran yang sebelumnya cukup tinggi. Dengan memanfaatkan media sosial, *endorser* dapat membantu mempromosikan produk atau jasa, meningkatkan jangkauan dan kesadaran merek. Strategi ini sangat relevan bagi UMKM untuk mengoptimalkan promosi produk mereka, terutama di era digital saat ini.

Penelitian ini berjudul “Peran *Endorser* dalam Optimalisasi Promosi UMKM Melalui Sosial Media Instagram di Kota Palembang” bertujuan untuk mengkaji peran *endorser* dalam mengoptimalkan promosi UMKM di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan fokus penelitian pada akun Instagram @Sikonyols, lima *followersnya*, dan lima UMKM yang bekerja sama dengan *endorser* tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *endorser* sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas dan pengaruh produk UMKM. Kemampuan *endorser* dalam menyampaikan komunikasi yang tepat dan mempengaruhi pengikutnya berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Gaya komunikasi yang efektif dan penyampaian informasi yang tepat terbukti sangat mempengaruhi jangkauan promosi.

ABSTRACT

The advancement of information technology has driven the development of marketing culture, particularly with the growing popularity of e-commerce due to internet advancements. E-commerce enables producers to connect directly with consumers without the limitations of time and place, allowing product marketing to be conducted anytime and anywhere. This evolution has also impacted marketing techniques, including the use of social media to focus on target markets, which has become a crucial solution for SMEs in developing their businesses.

Digital marketing, with the assistance of *endorsers* or influencers, has proven to reduce previously high marketing costs. By utilizing social media, *endorsers* can help promote products or services, enhancing reach and brand awareness. This strategy is highly relevant for SMEs to optimize their product promotions, especially in the current digital era.

This study, titled "The Role of *Endorsers* in Optimizing SME Promotion Through Instagram Social Media in Palembang" aims to examine the role of *endorsers* in optimizing SME promotions in Palembang. The study employs a qualitative research method, focusing on the Instagram account @Sikonyols, five of its followers, and five SMEs collaborating with the *endorser*. The results indicate that *endorsers* are highly effective in increasing the visibility and influence of SME products. The ability of *endorsers* to deliver precise communication and influence their followers significantly impacts consumer purchasing decisions. Effective communication styles and accurate information delivery are proven to greatly affect the reach of promotions.

MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto

“Sebagai dedikasi karena seorang praktisi *public speaker* rasanya tidak lengkap tidak mengejar akademik, jadi harus seimbang.”

Persembahan

Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya dan Muane yang telah mendukung saya, serta nusa dan bangsa demi kemajuan akademik dan penelitian sehingga dapat berkontribusi dalam pembangunan nasional.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Profil Pribadi

Nama : Salsa Melania Aquina
Alamat : Jakarta Selatan, DKI Jakarta
No. HP : +6208117170300
Email : salsaaquina@gmail.com

Pengalaman Kerja

Global Radio 101 FM Palembang
Social Media Marketing
2022-2023

Global Radio 101 FM Palembang
Radio Announcer
2020-2023

PT. Sumeks Tivi Palembang
TV Presenter
2019 – 2023

Jakarta-Palembang
Master of Ceremony
2017 – Sekarang

Latar Belakang Pendidikan

Bina Darma University, Palembang

Megister Komunikasi Bisnis

2022 – 2024

Universitas Sriwijaya

Hubungan International

2017 – 2021

Kualifikasi

Berkemampuan dalam Pemasaran dan Komunikasi

Berjiwa Kreatif dan Inovatif

Kemampuan Membangun Relasi yang Tinggi



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, kekuatan, dan dukungan yang diberikan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.

Tesis dengan judul “Peran *Endorser* dalam Optimalisasi Promosi UMKM Melalui Sosial Media Instagram di Kota Palembang” ini merupakan prasyarat guna meraih master dalam program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bina Darma Palembang.

Selama proses penulisan tesis ini, peneliti banyak mendapat bantuan, dukungan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan nikmat dan berkah sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar.
2. Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M., Rektor Universitas Bina Darma Palembang;
3. Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc. Direktur Pascasarjana Universitas Bina Darma;
4. Dr. Rahma Santhi Zinaida, M.Ikom., Kepala Program Studi Ilmu Universitas Bina Darma sekaligus Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan yang sangat berarti sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini;
5. Kedua orang tua saya;
6. Seluruh staf akademik Universitas Bina Darma yang telah membantu dalam administratif penelitian ini;
7. Para narasumber yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas kontribusinya sebagai bahan informasi penelitian ini; dan
8. Seluruh Keluarga, Kerabat, dan Sahabat yang telah memberikan dukungannya kepada peneliti.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan tesis ini. Untuk itu peneliti memohon maaf atas kekeliruan maupun segala kekurangan dalam penulisan tesis ini, baik yang disadari maupun yang tidak disadari. Besar harapan peneliti agar tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Dengan Hormat,



Salsa Melania Aquina

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan pembimbing Tesis.....	i
Halaman Pengesahan Penguji Tesis.....	ii
Surat Pernyataan.....	iii
Abstrak.....	iv
Abstract.....	v
Motto dan Halaman Persembahan.....	vi
Daftar Riwayat Hidup.....	vii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Batasan Masalah.....	16
1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Tujuan Penelitian.....	16
1.5.2 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Teori <i>Influencer</i>	18
2.1.2 AISAS Model.....	28
2.1.3 AIDA Model.....	31
2.1.4 <i>Endorser</i>	33
2.1.5 Promosi.....	35
2.1.6 UMKM.....	43
2.1.7 Media Sosial.....	44
2.1.8 Instagram.....	48
2.2 Penelitian Terdahulu.....	51

2.3	Kerangka Penelitian.....	60
BAB III METODE PENELITIAN.....		61
3.1	Jenis Penelitian.....	61
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	61
3.3	Pengumpulan Data.....	62
3.4	Uji Keabsahan Data.....	64
3.5	Teknik Analisa Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		69
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	69
4.2	Analisis Hasil Penelitian.....	80
	4.2.1 Peran <i>Endorser</i> Dalam Promosi UMKM Melalui Instagram.....	80
	4.2.2 Cara <i>Endorser</i> Mengoptimalisasi Promosi UMKM Melalui Instagram ..	123
4.3	Pembahasan.....	147
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		151
5.1	Simpulan.....	151
5.2	Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA.....		155
LAMPIRAN.....		159

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	52
Tabel 4.1 Informan Penelitian	73
Tabel 4.2. Pedoman Wawancara Peran	82
Tabel 4.3. Pedoman Wawancara Optimalisasi	125



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @sikonyols (Juju Onyols).....	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	60
Gambar 4.1 Foto Angga Zulika Ramadhani (Juju Onyols).....	70
Gambar 4.2 Profil Instagram @Sikonyols.....	72
Gambar 4.3 Profil Instagram @Hokkyfresh.....	74
Gambar 4.4 Profil Instagram Kepiting Center Palembang.....	75
Gambar 4.5 Profil Instagram Kepiting Nampar	75
Gambar 4.6 Profil Instagram Meika Sambal.....	76
Gambar 4.7 Profil Instagram Manisan Palem Cantik.....	77
Gambar 4.8 Akun Instagram @silviamarshndf.....	77
Gambar 4.9 Akun Instagram @apisssss	78
Gambar 4.10 Akun Instagram @rilyarsani.....	79
Gambar 4.11 Akun Instagram @devitrianasari.....	79
Gambar 4.12 Akun Instagram @devaarrs_	80
Gambar 4.13 <i>Endorsement</i> Kepiting Center Palembang.....	85
Gambar 4.14 <i>Endorsement</i> Meika Sambal.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Artikel Jurnal.....	159
Lampiran 2. Turnitin.....	176
Lampiran 3. Lembar Perbaikan Ujian Tesis.....	177
Lampiran 4. SK Pembimbing.....	178
Lampiran 5. Lembar Konsultasi.....	179
Lampiran 6. Pedoman Wawancara.....	181
Lampiran 7. Dokumentasi Kegiatan Penelitian.....	183
Lampiran 8. Transkrip Wawancara.....	189
Lampiran 9. LoA Artikel Jurnal.....	226