

**PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI  
PADA CERA PRODUCTION**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan gelar Sarjana pada program

Studi Ilmu komunikasi



Diajukan oleh

**HANIF MUWAFFAQ**

**19.96.1567**

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIAKSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI  
PADA CERA PRODUCTION**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan gelar Sarjana pada program

Studi Ilmu komunikasi



Diajukan oleh

**HANIF MUWAFFAQ**

**19.96.1567**

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIAKSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM**

**YOGYAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

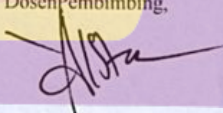
PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI  
PADA CERA PRODUCTION

yang dipersiapkan dan disusun oleh

HANIF MUWAFFAQ  
NIM. 19.96.1567

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 26 Mei 2023

Dosen Pembimbing,



Nurfiyan Yudhistira, S.I.Kom, M.A  
NIK. 190302435

## LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI  
PADA CERA PRODUCTION

yang dipersiapkan dan disusun oleh

HANIF MUWAFFAQ  
NIM 19.96.1567

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

Pada 26 Mei 2023

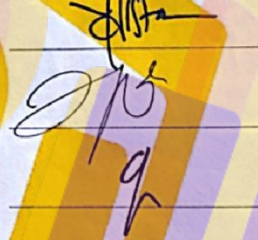
Nama Penguji

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A  
NIK. 190302435

Andreas Tri Pamungkas, M.A  
NIK. 190302522

Sheila Iestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom  
NIK. 190302437

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom)  
26 Mei 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi mana pun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 8 Mei 2023



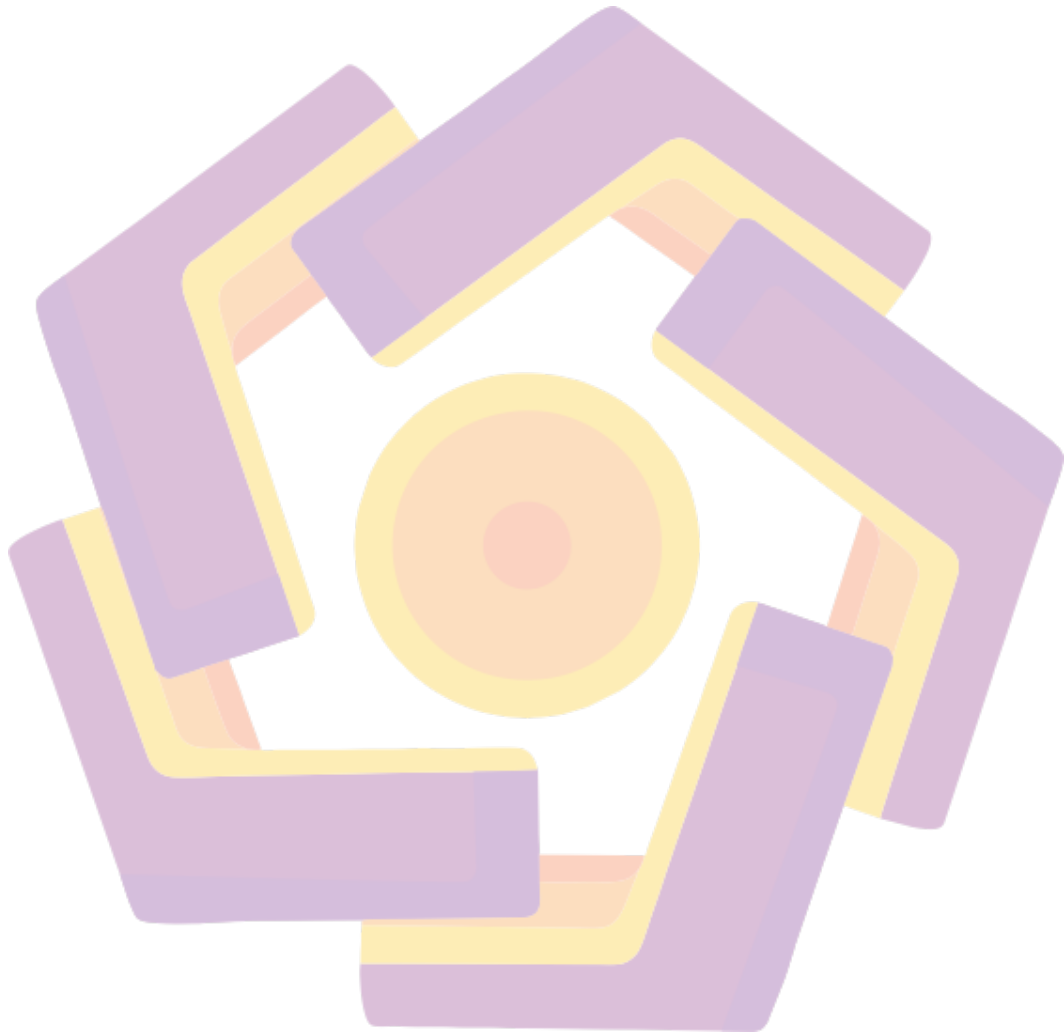
**Materai 10.000**

**Hanif Muwaffaq**

19.96.1567

## **MOTTO**

Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan, jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan penuh kesadaran. (James Thurber)





## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas berkat rahmat dan hidayah Allah SWT, saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Karya tulis ini saya persembahkan untuk:

Kedua Orang Tua tersayang Bapak “Purwanto” dan Ibuk mama “Sutamti” serta kakak tersayang Hafid Adi Putra.

Almamater Tercinta Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi  
Khususnya Angkatan 2019  
Universitas Amikom Yogyakarta.

Terimakasih atas semua doa serta dukungan yang selalu kalian berikan.

Kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang saya sayangi.

Dengan ketulusan hati,

Hanif Muwaffaq

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Sarana Media Promosi Cera Production” dengan baik dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis berharap dengan membahas topik ini dapat bermanfaat serta menambah pengetahuan bagi para pembaca dalam penerapan di kehidupan.

Adanya penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah menyelesaikan penelitian, pada proses penyusunan karya ilmiah ini penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S. Kom, M. Eng selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan, saran, dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Kedua orang tua penulis, Purwanto dan Sutanti yang selalu memberikan kasih sayang dan doa. Tidak ada yang bisa menggambarkan bagaimana rasa sayang saya kepada kalian. Penulis berharap semoga dengan karya ini dapat membanggakan.
7. Kakak penulis, Hafid Adi Putra, yang selalu menjaga dan menyayangi penulis.



8. Sahabat penulis, yaitu segenap Teater Atin Group yang senantiasa supportif.
9. Untuk sahabat SMK saya, Yudhistira Raikhan M, Rahman Adi P, Defri Tri M. Terimakasih selalu memotivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Teruntuk Caroline Kirana Christi Rengganis yang selalu memberi semangat dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman 19IK08 Universitas Amikom Yogyakarta, terimakasih atas diskusi, saran dan kerjasamanya sejak awal perkuliahan.
12. Seluruh informan, pihak Cera Production yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
13. Seluruh keluarga dan teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih sudah hadir dalam hidup penulis dan memberikan hal *baik*.

Penulis mengetahui bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, [8 April 2023]



Hanif Muwaffaq

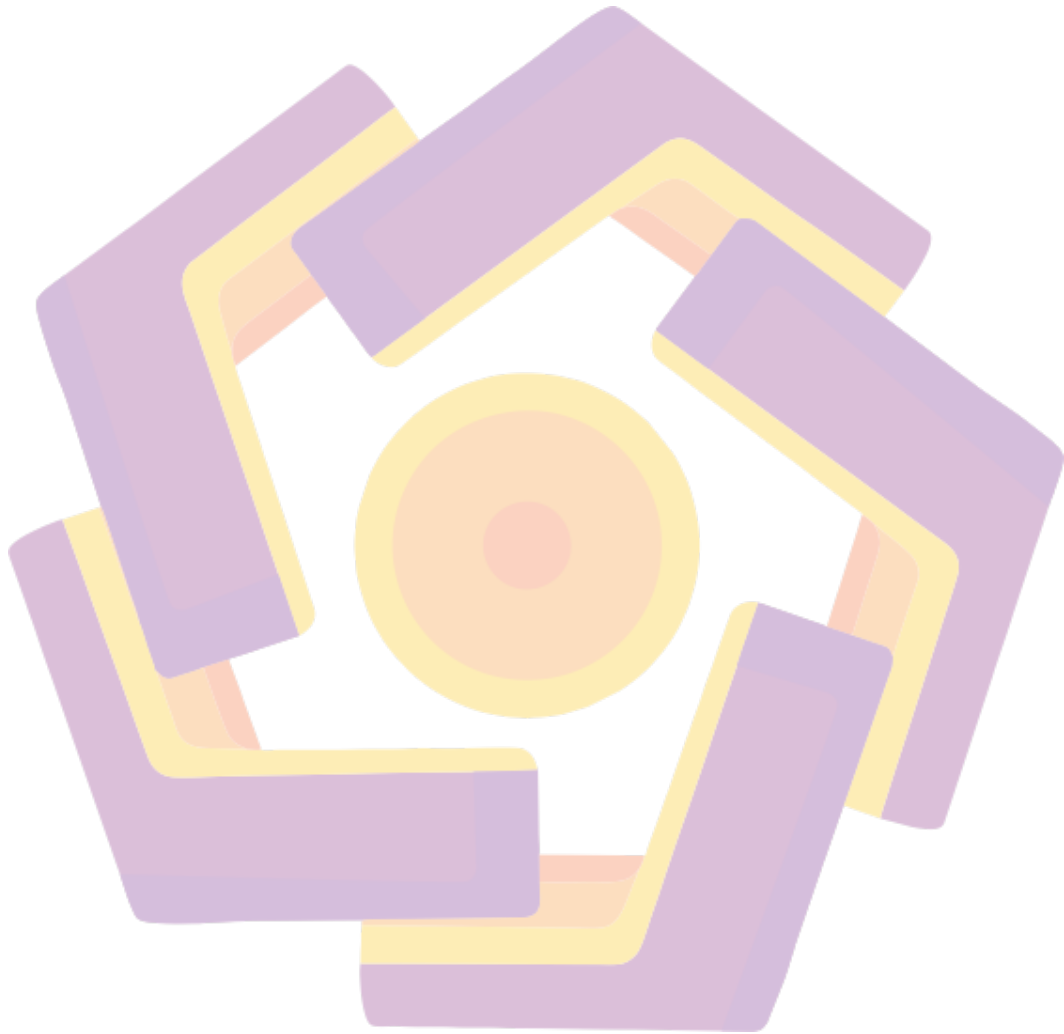
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Masalah.....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Media sosial Instagram .....	11
2.2 The Circular Model of Some.....	14
2.3 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3.1 Persamaan .....	18
2.3.2 Perbedaan.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	22

3.2	Metode Penelitian.....	23
3.3	Sumber Data .....	23
3.3.1	Data Primer .....	23
3.3.2	Data Sekunder .....	24
3.4	Informan Penelitian.....	24
3.5	Objek Penelitian .....	25
3.6	Tenik Pengumpulan Data .....	26
3.7	Teknik Analisis Data.....	28
3.7.1	Reduksi Data.....	29
3.7.2	Penyajian Data.....	30
3.7.3	Penarikan Kesimpulan .....	30
3.8	Teknik Validitas Data .....	30
	<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	32
4.1.1	<i>The Circular Model of SOME</i> .....	33
4.2	Pembahasan .....	47
4.2.1	Hasil Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Promosi Cera Production.....	47
	<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>51</b>
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran .....	52
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>55</b>
	<b>BIODATA MAHASISWA .....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Data Informan Penelitian .....	25



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan Pengguna Instagram di Dunia .....	2
Gambar 1. 2 Hasil kenaikan pengguna Instagram pada tahun 2022 .....	4
Gambar 1. 3 Akun Instagram Cera Production .....	5
Gambar 1. 4 Engagement Rate Instagram Cera Production .....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar 4. 1 Desain Visual Feeds pada Instagram Cera Production .....	34
Gambar 4. 2 Contoh konten jenis story of client pada postingan yang dibagikan Cera Production menggunakan reels Instagram.....	35
Gambar 4. 3 Hastag pada akun Cera Production.....	36
Gambar 4. 4 Pemanfaatan fitur caption dan hashtag pada konten Cera Production.....	38
Gambar 4. 5 Hastag pada akun Cera Production.....	39
Gambar 4. 6 Interaksi admin Cera Production dengan audiens Instagram.....	42
Gambar 4. 7 Penggunaan fitur highlight Cera Production.....	43
Gambar 4. 8 Insight Instagram Cera Production.....	44
Gambar 4. 9 Informasi fun event dalam menaikkan engagement Cera Production.....	45
Gambar 4. 10 Penggunaan model influencer pada konten produk produksi Cera Production.....	46

# PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI PADA CERA PRODUCTION

Hanif Muwaffaq

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom

Yogyakarta

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Sarana Media Promosi Pada Cera Production. Dalam penerapan *The circular model of some* ini sangat penting melakukan pengukuran kinerja akun media sosial, salah satunya kegiatan promosi. Penelitian ini mengambil studi deskriptif kualitatif perusahaan *merchandise* Cera Production yang menggunakan *Instagram* sebagai media promosi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapat melalui wawancara serta data sekunder yang diperoleh dari penelitian terhadulu yang berkaitan dengan variabel penelitian. Hasil analisis penelitian ini bagaimana bahwasanya penerapan *The circular model of some* dalam pemanfaatan *Instagram* sebagai media promosinya dalam empat aspek tersebut. Pada tahap *Share*, Cera Production membagikan konten promosinya terkait informasi produk dan penerapan fitur *Instagram* sebagai penunjang kegiatan promosi. Pada tahap *Optimize*, Cera Production berusaha mengoptimalkan konten dengan menarik data dari audiens. Pada tahap *Manage*, Cera Production masih belum memaksimalkan respon cepat terkait interaksi pada akun *Instagram*. Pada tahap *Engage*, dengan melibatkan *influencer* lokal dan pengadaan *fun event*.

**Keywords:** *Instagram*, Promosi, Cera Production



***THE UTILIZATION OF INSTAGRAM APPLICATION AS A  
PROMOTIONAL MEDIA PLATFORM FOR CERA PRODUCTION***

Hanif Muwaffaq

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom

Yogyakarta

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the use of Instagram application as a means of media promotion for Cera Production. In the implementation of the SOME Circular Model, it is very important to measure the performance of social media accounts, one of which is promotional activities. This research used a descriptive qualitative study of Cera Production merchandise company that involved Instagram application as a promotional media with a descriptive approach. The data used in this study is the primary data which obtained through interviews, and secondary data were from the previous researches related to the research variables. The results of this research analysis show that how the implementation of the SOME Circular Model in the use of Instagram application as a media promotion in these four aspects. In the Share stage, Cera Production shared its promotional contents related to product information and the implementation of Instagram features in order to support promotional activities. In the Optimize stage, Cera Production tried to optimize its contents by taking data from the audiences. Furthermore, in the Manage stage, Cera Production still did not maximize fast response related to interaction on Instagram accounts. Then, at the Engage stage, it involved local influencers and providing fun events.*

**Keywords:** *Instagram, Promotion, Cera Production*