

**PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UMKM KAIN TENUN KAINNESIA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

AKMAL YANUAR PRATAMA

19.96.1545

Kepada

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2023

**PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UMKM KAIN TENUN KAINNESIA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai gelar Sarjana
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

AKMAL YANUAR PRATAMA
19.96.1545

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

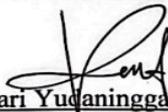
**PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UMKM KAIN TENUN KAINNESIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

AKMAL YANUAR PRATAMA,
NIM 19.19.1545

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 08 Mei 2023

Dosen Pembimbing,



Kartika Sari Yudaningsgar S.I.Kom., M.A.
NIK: 190302444

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UMKM KAIN TENUN KAINNESIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

AKMAL YANUAR PRATAMA
NIM 19.19.1545

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 08 Mei 2023

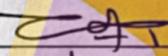
Nama Penguji

Kartika Sari Yudaningsgar S.I.Kom., M.A
NIK : 190302444

Rosyidah Jayanti Vijaya, SE, M.Hum
NIK : 190302266

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK : 190302364

Tanda Tangan


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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini mengatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan ini 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 tanggungjawab saya pribadi

Yogyakarta, 5 Mei 2023



AKMAL YANUAR PRATAMA

19.19.1545

MOTTO

“Jangan takut jatuh, karna yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Jangan takut gagal, karna yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah. Dan jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua”

Prof. Dr. H. Abdul Malik Karim Amrullah Datuk Indomo (Buya Hamka)



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 “Supriyadi” dan ibuk “Rosati”
serta adek tersayang saya Al- Zaky

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

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi
Khususnya Angkatan 2019 Ik 08
Universitas Amikom Yogyakarta.

Terimakasih atas semua doa dan
Dukungan yang selalu kalian berikan.

Kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang kucinta.

Dengan ketulusan hati
Akmal Yanuar Pratama

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 Media Promosi Kainnesia” dengan baik dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program 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 terimakasih 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. Kartika Sari Yudaningsar, 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, bapak Supriyadi dan ibuk Rosati 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 mereka.
7. Adek penulis, Al-Zaky Cahya Nugraha, yang selalu memberikan semangat dan tawa pada saat penulis membuat karya ini.

8. Sahabat Penulis yang Terbaik, yaitu Esti Sugestiyani, Ratu Dhea, Ike Sembiri, Hanif Muwafaq, Amar Fakri, Anam. Beruntung sekali memiliki teman supportif yang memiliki semangat tinggi seperti kalian.
9. Untuk Pacar saya yang selalu memberikan semangat, membantu dan memberi pencerahan pada saat melakukan penulisan skripsi.
10. Untuk sahabat saya dikampung halaman Wahyu Kurniawan, Khorul Amri, Dymas Adhip, Krisna yang selalu memberikan energi positif dengan lawakan garingnya.
11. Seluruh teman-teman 19IK08 Universitas Amikom Yogyakarta, terimakasih atas diskusi, saran dan kerjasamanya sejak awal perkuliahan.
12. Seluruh informan, Kainnesia 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.

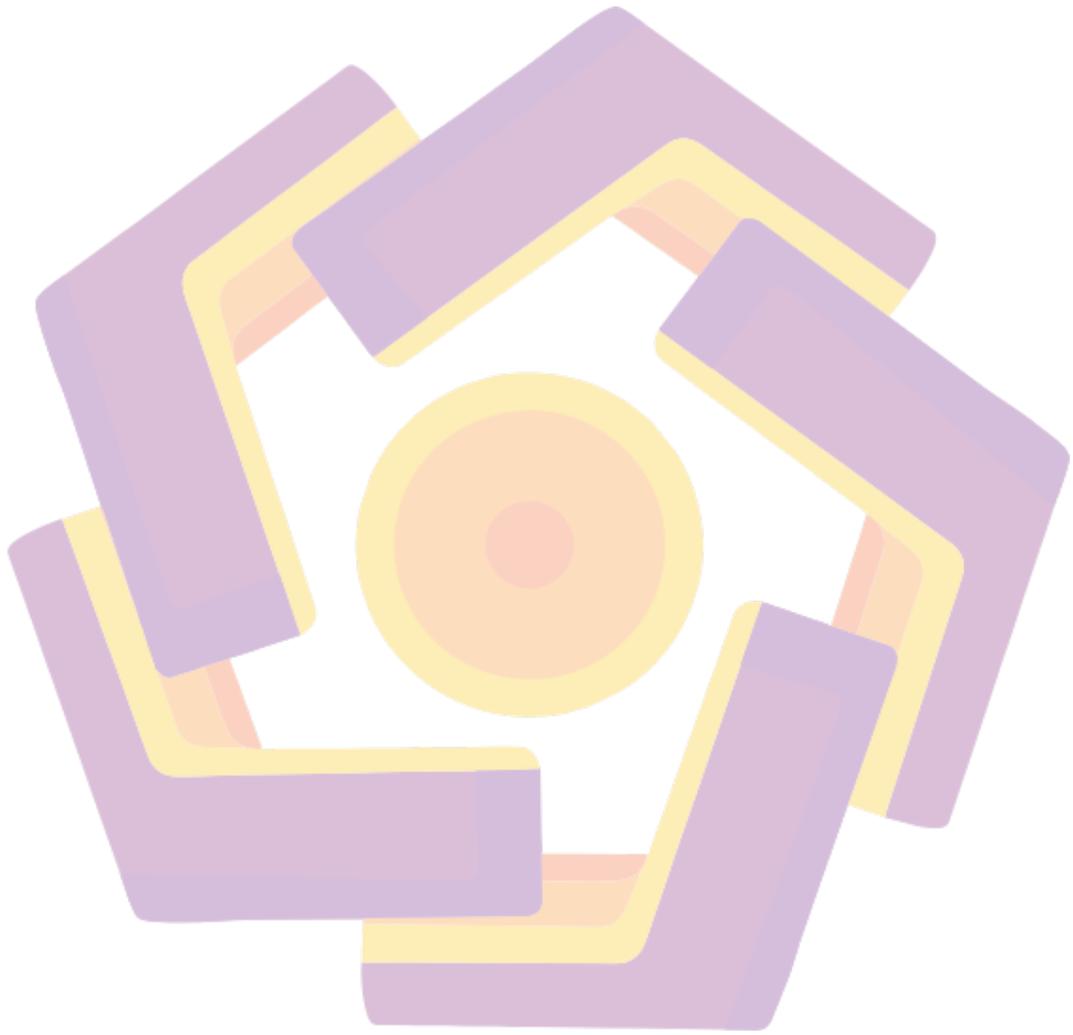
Yogyakarta, 5 Mei 2023

Akmal Yanuar Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHANPERYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PENDAHULUAN.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.1 Latar Belakang.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.2 Rumusan Masalah	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.3 Tujuan Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.4 Manfaat Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.5 Sistematika Penulisan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB II.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
TINJAUAN PUSTAKA.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1 Landasan Teori.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.1 Media Sosial.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.2 Instagram.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.3 Promosi	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2. Penelitian Terdahulu	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

2.3 Kerangka Pemikiran.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB III.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
METODOLOGI PENELITIAN.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.1. Jenis Dan Paradigma Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.2. Metode penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.3. Sumber Data penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.3.1. Data Primer	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.3.2 Data Sekunder	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.4. Objek dan Subjek Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.5. Metode Pengumpulan Data	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.6. Metode Analisis Data.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.7. Triangulasi.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB IV	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PEMBAHASAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.2 Hasil Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.2.1 Media Sosial Instagram Kainnesia.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.3 Pembahasan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB V.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PENUTUP	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
5.1 Kesimpulan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
5.2 Saran.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DAFTAR PUSTAKA	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Instastory kainnesia **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Gambar 4. 2 Highlight Kainnesia.... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Gambar 4. 3 Live Kainnesia..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

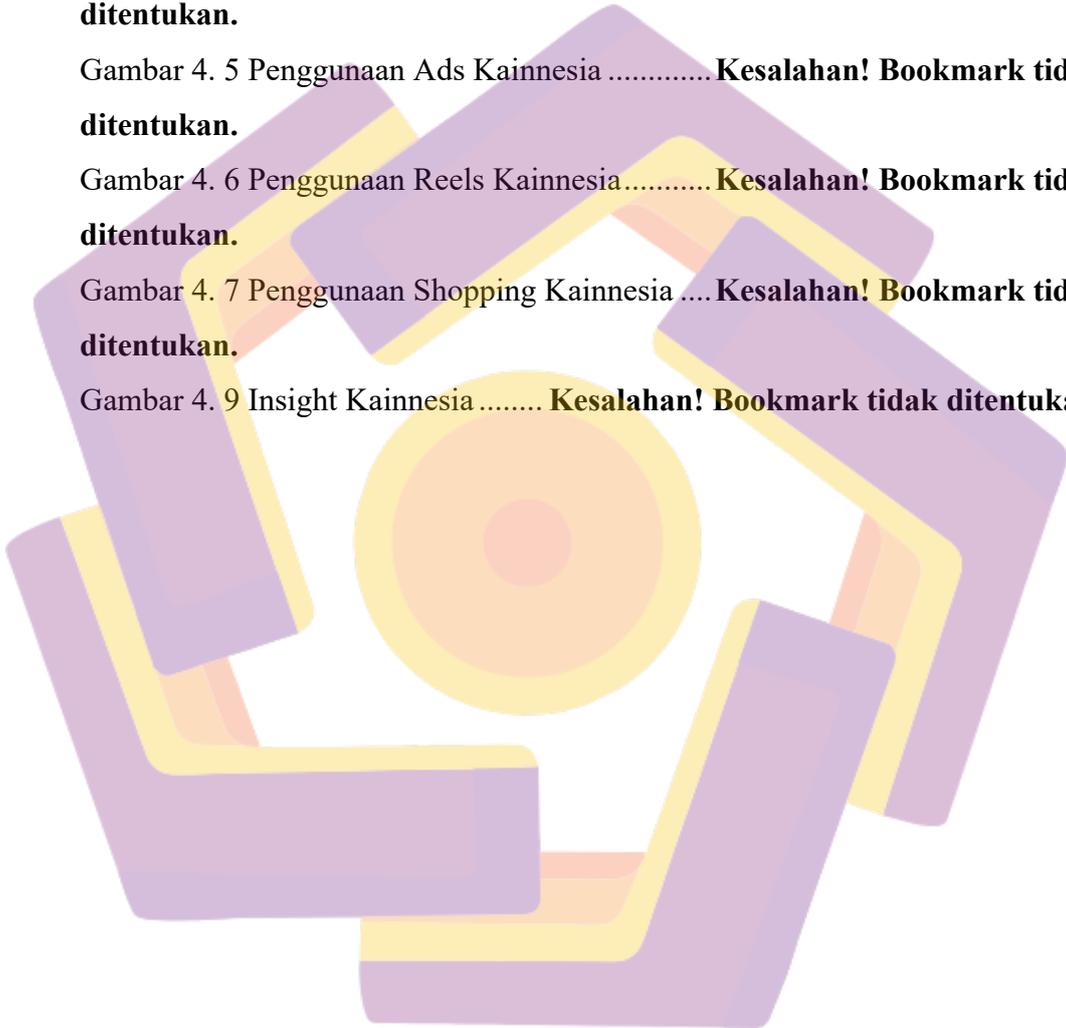
Gambar 4. 4 Penggunaan Hashtag Kainnesia.....**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Gambar 4. 5 Penggunaan Ads Kainnesia**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Gambar 4. 6 Penggunaan Reels Kainnesia.....**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Gambar 4. 7 Penggunaan Shopping Kainnesia**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Gambar 4. 9 Insight Kainnesia **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

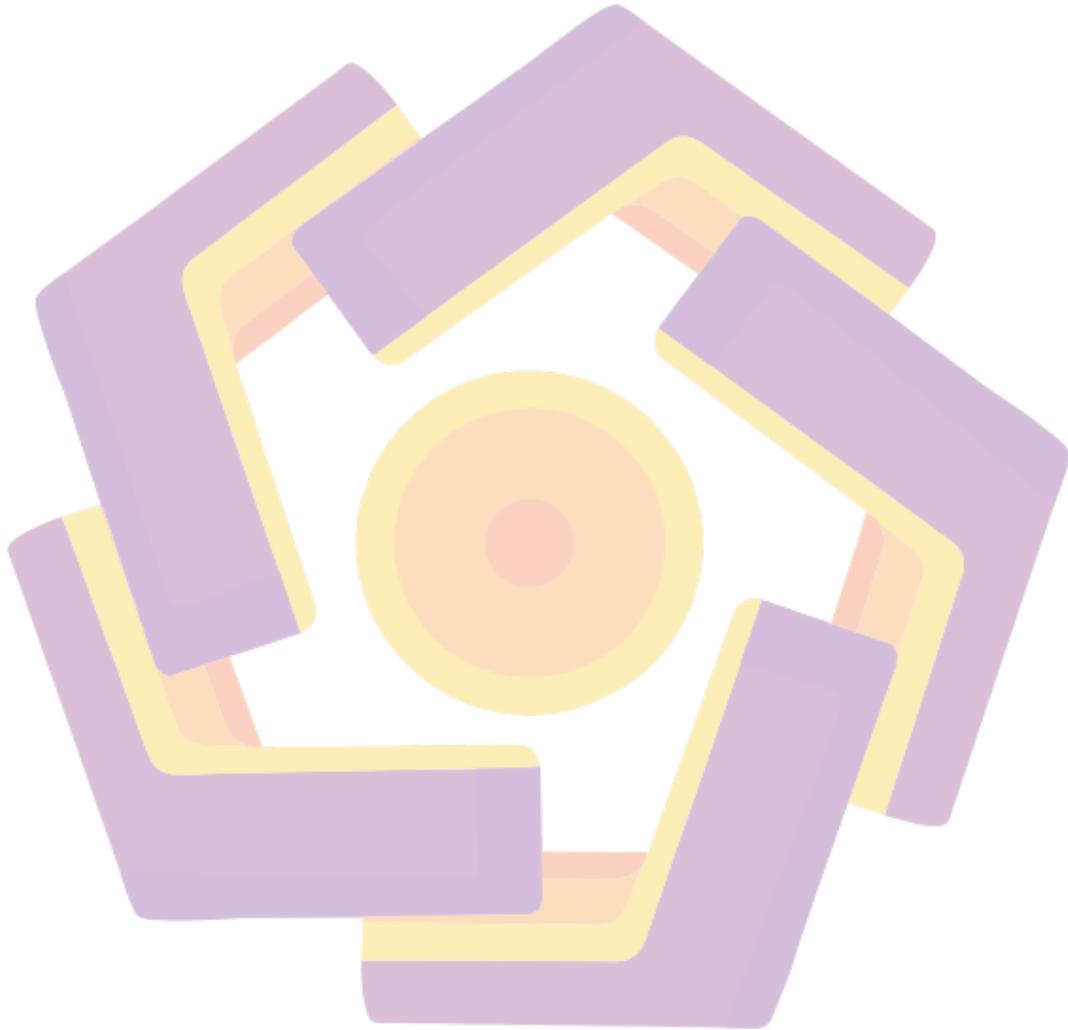


DAFTAR TABLE

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Table 2. 2 Kerangka Pikiran..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Table 2. 3 Informan Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**



PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM KAIN TENUN KAINNESIA

Akmal Yanuar Pratama

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom
Yogyakarta

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan Fitur di Instagram Sebagai penunjang promosi pada Kainnesia. Penelitian ini menjadikan media sosial instagram untuk menjadi bagian dari media promosi pada Kainnesia. penelitian ini mengambil studi deskriptif kualitatif pada pada Kainnesia yang memanfaatkan fitur Instagram pada Kainnesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan melalui proses wawancara pada narasumber serta data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu yang masih sangat berkaitan dengan variable penelitian. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur Instagram Kainnesia sudah sangat optimal, namun ada fitur yang kurang digunakan secara maksimal oleh Kainnesia. Seperti fitur *hashtag* yang digunakan kurang maksimal dan optimal oleh Kainnesia, namun pada hasil penelitian yang peneliti lakukan didapatkan bahwa informan peneliti mengetahui Kainnesia berawal dari *hashtag* yang di cari melalui Instagram, ini menunjukkan bahwa fitur *hashtag* masih layak digunakan pada saat ini. Sedangkan fitur yang sangat optimal digunakan oleh adalah fitur *ads*, pada fitur *ads* Kainnesia menggunakan secara sangat optimal dikarenakan fitur *ads* memiliki jangkauan yang sangat luas, sehingga lebih mudah untuk mendapatkan *insight* yang tinggi.

Keywords: Fitur Instagram, Media promosi, Kainnesia

UTILIZATION OF INSTAGRAM AS A PROMOTIONAL MEDIA FOR KAINNESIA WOVEN FABRICS

Akmal Yanuar Pratama

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom

Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to find out the use of features on Instagram as a promotional support for Kainnesia. This research makes social media Instagram to be part of promotional media at Kainnesia. This research takes a qualitative descriptive study on Kainnesia which utilizes Instagram features on Kainnesia. The data used in this study is primary data obtained through interviews with informants and secondary data obtained from previous studies which are still closely related to research variables. The results of the research analysis show that the utilization of Kainnesia's Instagram features is very optimal, but there are features that are not used optimally by Kainnesia. For example, the hashtag feature that is used is not optimal and optimal by Kainnesia, but in the results of the research that the researchers conducted, it was found that the research informant knew Kainnesia started from the hashtag that was searched for via Instagram, this shows that the hashtag feature is still suitable for use at this time. While the feature that is very optimally used by is the ads feature, the ads feature of Kainnesia uses it very optimally because the ads feature has a very wide reach, making it easier to get high insight.

Keywords: *Instagram features, media promotion, Kainnesia*