

SKRIPSI
SKEMA MAGANG (*INTERNSHIP*)
PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
MINAT MENONTON TALKSHOW “TALKCATION” RBTV

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas AMIKOM Yogyakarta



Oleh :

Salsabila Audrey Puspitasari

19.96.1617

Dosen Pembimbing:

Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2023

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA MAGANG**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN MINAT MENONTON
TALKSHOW "TALKCATION" RBTV**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

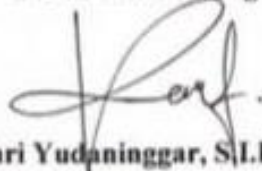
Universitas AMIKOM Yogyakarta

Diajukan oleh:

Salsabila Audrey Puspitasari
19.96.1617

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Kartika Sari Yudaninggar, S.I.Kom., M.A.
(NIK. 190302444)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302107

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN MINAT MENONTON TALKSHOW "TALKCATION"
RBTV**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh
Salsabila Audrey Puspitasari
19.96.1617

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 02 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Kartika Sari Yudaninggar, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302444

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

Sheila Lestari Giza Pudrinnisa, M.I.Kom

NIK. 190302437



**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Tanggal 24 Mei 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

NIK. 19030212

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Salsabila Audrey Puspitasari

NIM : 19.96.1617

Program Studi : S1 – Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Sosial

Universitas : AMIKOM Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 25 Januari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Salsabila Audrey Puspitasari

NIM. 19.96.1617

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT MENONTON TALKSHOW “TALKCATION” RBTV)” dapat terselesaikan dengan baik sebagai bentuk syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Berbagai usaha dan upaya, penulis lakukan dalam menyelesaikan skripsi dengan semaksimal mungkin. Penulis menyadari bahwa masih terdapat ketidaksempurnaan terhadap penulisan skripsi yang dilakukan. Maka dengan itu, penulis terbuka dengan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan kesuksesan dalam penyusunan di setiap detail proses sehingga skripsi dapat selesai dengan baik.
2. Orang Tua dan Keluarga yaitu Nenek, Kakek, dan Adik yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi

dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

5. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Ibu Rivga Agusta, S.IP., M.A. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
7. Ibu Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, dukungan, motivasi dan bimbingan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik.
8. Ibu Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom dan Ibu Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing lapangan saat periode magang di RBTB berlangsung. Terimakasih atas arahan, bimbingan, dan bantuan yang diberikan selama masa produksi Talkcation berlangsung.
9. Ibu Sunar Handari dan Bapak Subkhan Agus Santoso selaku Penanggung Jawab Produksi RBTB yang telah memberikan berbagai ilmu, arahan, motivasi, bimbingan, dan bantuan selama proses produksi Talkcation berlangsung.
10. Tim Rumah Kreatif Media yaitu Satya Putra Ariyanto, Andrian Firmansyah, Rizky Aji Berkah Sanjaya, Iqbal Syahrizal, Rafiq Al Aziz, Daffa Adindra Bintang Pratama, Noer Aisyah Rachmawati, Wildan Taruna Wikastara, dan Deena Fatkhiyyatuzzakiah untuk segala dukungan, ide kreatif, waktu dan tenaga selama proses produksi Talkcation berlangsung.
11. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses produksi Talkcation seperti rekan-rekan asisten dari Tim Sengkuyung Pictures, sponsor, dan narasumber-narasumber yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
12. Satya Putra Ariyanto yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan semangat ketika pengerjaan skripsi berlangsung sehingga skripsi bisa selesai dengan baik.
13. Destria Aryani selaku teman terdekat penulis yang selalu memberikan motivasi dan arahan ketika pengerjaan skripsi berlangsung, sehingga skripsi

bisa selesai dengan baik. Terima kasih atas kesediaannya menjadi narasumber dalam penelitian yang penulis lakukan.

14. Noer Aisyah Rachmawati selaku teman dekat penulis sekaligus rekan tim Rumah Kreatif Media yang senantiasa berbagi ilmu dan memberikan bantuan serta semangat ketika pengerjaan skripsi berlangsung. Terima kasih atas kesediaannya menjadi narasumber dalam penelitian yang penulis lakukan.
15. Iqbal Syahrizal selaku teman dekat sekaligus rekan tim Rumah Kreatif Media yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian yang penulis lakukan.
16. Sahabat-sahabat Juragan Buket Jogja yaitu Wening Prastiwi, Oktaviana Dwi Mulyati dan Eka Apriliani Prihatiningsih yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat dalam pengerjaan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
17. Teman-teman dan sahabat-sahabat terdekat penulis yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi saat pengerjaan skripsi berlangsung.
18. Seluruh teman-teman yang berada di lingkungan Universitas Amikom Yogyakarta, baik 19IK-09 maupun program studi lain.

Yogyakarta, 25 Januari 2023

Penulis



Salsabila Audrey Puspitasari

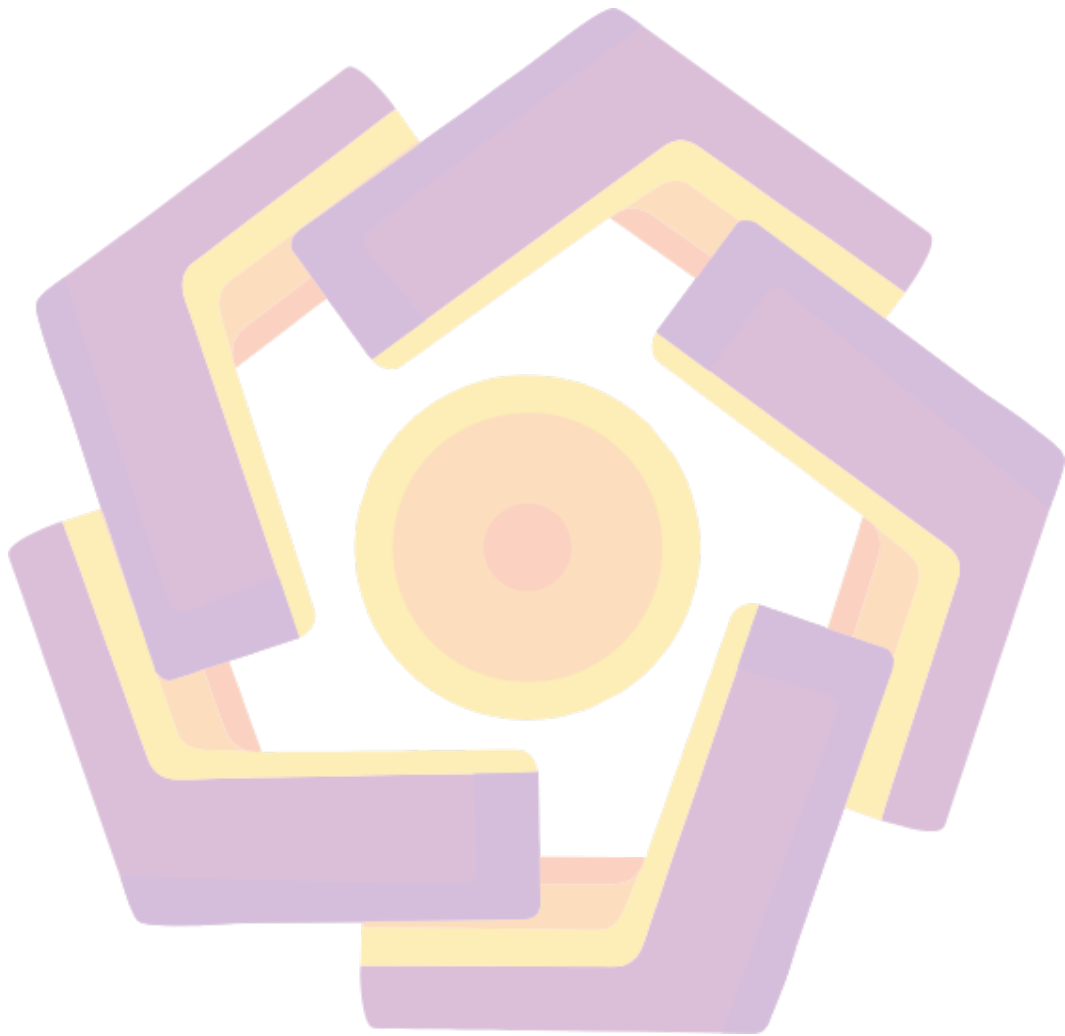
NIM: 19.96.1617

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN.....	ii
SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Fokus Permasalahan.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Secara Akademis.....	7
1.4.2 Secara Praktis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Teori.....	10
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.2 Media sosial	14
2.2.3 Instagram.....	14
2.2.4 Minat Menonton.....	18
2.3 Kerangka Berpikir	20
BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis dan Paradigma Penelitian	21

3.2	Metode Penelitian.....	22
3.3	Sumber Data	22
3.3.1	Data Primer	22
3.3.2	Data Sekunder	22
3.4	Subjek dan Objek Penelitian	23
3.4.1	Subjek Penelitian.....	23
3.4.2	Objek Penelitian	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	23
3.5.1	Observasi	24
3.5.2	Wawancara (Penambahan teknik pemilihan informan).....	24
3.5.3	Dokumentasi	26
3.6	Teknik Analisis Data.....	27
3.6.1	Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	27
3.6.2	Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	27
3.6.3	Penarikan Kesimpulan (<i>Conclusion Drawing</i>).....	27
3.7	Profil Institusi Magang	28
3.7.1	Visi dan Misi RBTV	30
3.7.2	Slogan RBTV	30
3.7.3	Struktur RBTV	31
BAB IV	32
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Temuan	32
4.1.1	Pemanfaatan Fitur Instagram oleh Tim Talkcation.....	33
4.1.2	Strategi Pemasaran dan Promosi pada Instagram Talkcation	45
4.1.3	Minat Menonton Talkcation.....	55
4.2	Pembahasan	58
4.2.1	Strategi Pemasaran dan Promosi pada Instagram Talkcation	58
4.2.2	Minat Menonton Talkcation.....	73
BAB V	76
PENUTUP	76
5.1	Kesimpulan (Lebih diringkas, maksimal 1 halaman saja)	76
5.2	Saran	76

DAFTAR PUSTAKA77
LAMPIRAN.....81

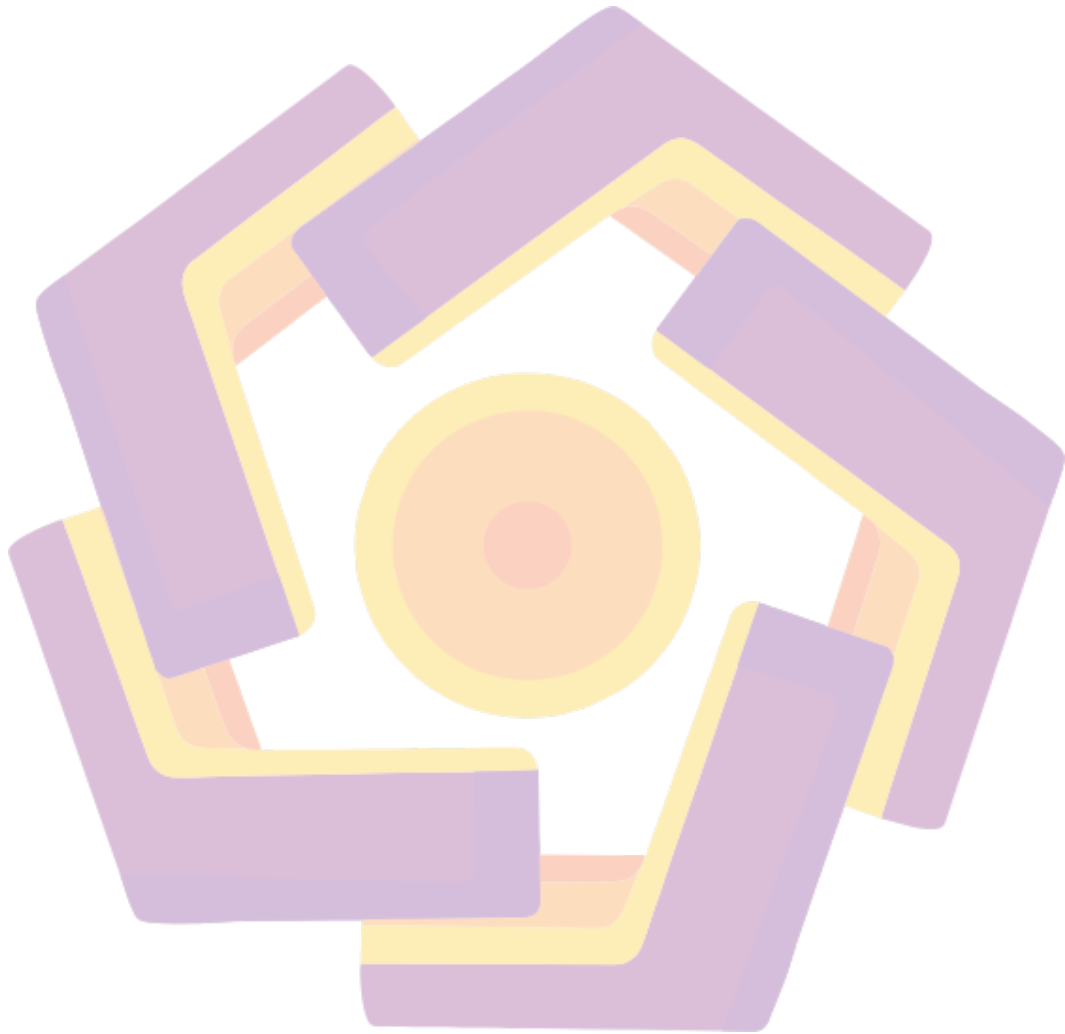


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 1.2 Akun Instagram Talkcation	5
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir Penelitian	20
Gambar 3.1 Logo RBTV	29
Gambar 4.1 Konten Instagram Talkcation	33
Gambar 4.2 Tag Location Instagram Talkcation	34
Gambar 4.3 Hashtag Instagram Talkcation	35
Gambar 4.4 Konten Instagram Talkcation	36
Gambar 4.5 Reels Instagram Talkcation	37
Gambar 4.6 Insight Reels Konten Edukatif Raga	38
Gambar 4.7 Konten Story Instagram Talkcation	40
Gambar 4.8 Insight Akun Instagram Talkcation Selama 1-2 Bulan Terakhir	42
Gambar 4.9 Tag Account pada Instagram Talkcation	43
Gambar 4.10 Fitur Collabs pada Instagram Talkcation	44
Gambar 4.11 Konten Reguler	45
Gambar 4.12 Konten Reguler dan Konten Promosi	47
Gambar 4.13 Desain dan Warna Konten Colourful	48
Gambar 4.14 Komentar Instagram Talkcation	50
Gambar 4.15 Postingan Viral dan Kuis Interaktif	51
Gambar 4.16 Content Calender Tim Medsos	53
Gambar 4.17 Portal Insist Talkcation	54
Gambar 4.18 Direct Message Talkcation	55
Gambar 4.19 Insight Instagram Talkcation	56
Gambar 4.20 Story Instagram Talkcation	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
--------------------------------------	---



ABSTRAK

Talkshow merupakan salah satu program siaran televisi atau radio berupa perbincangan atau diskusi mengenai suatu hal yang dipandu oleh seorang *host* dan menghadirkan narasumber tertentu. Salah satu contoh program siaran televisi berupa *talkshow* adalah Talkcation. Talkcation sendiri tayang pada stasiun televisi RBTV setiap hari Rabu pukul 09.30 WIB. Program ini diproduksi langsung oleh tim Rumah Kreatif Media yang mana merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta angkatan 2019. Suksesnya sebuah program tentunya dilihat dari seberapa besar antusias penonton terhadap program tersebut. Oleh karena itu, sebuah program memerlukan promosi yang baik untuk menarik minat penonton. Pada era modern ini Talkcation memanfaatkan media sosial yaitu Instagram sebagai sarana mempromosikan programnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan minat menonton program acara televisi Talkcation di RBTV. Teori yang digunakan adalah strategi pemasaran melalui media sosial. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses pengumpulan data dilakukan dengan berfokus pada tim divisi *Social Media Manager and Sponsorship* Rumah Kreatif Media serta *followers* Instagram Talkcation. Hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi berhasil menarik minat masyarakat untuk menonton Talkcation dan berjalan efektif. Berbagai fitur yang dimanfaatkan tim pengelola mampu menunjang ketertarikan para pengguna terhadap Instagram Talkcation terutama pada fitur *Reels* dan *Collabs*. Namun kurangnya intensitas dalam merespon tanggapan pengguna Instagram masih menjadi kekurangan tim pengelola media sosial.

Kata Kunci: Instagram, Media Promosi, Talkcation

ABSTRACT

Talkshow is a television or radio broadcast program in the form of a conversation or discussion about something that is guided by a presenter and presents certain sources. One example of a television broadcast program in the form of a talk show is Talkcation. Talkcation itself airs on the RBTV television station every Wednesday at 09.30 WIB. This program is produced directly by Rumah Kreatif Media team which is a 2019 class of Communication Science student at AMIKOM Yogyakarta University. The success of a program is of course seen from how enthusiastic the audience is for the program. Therefore, a program needs good promotion to attract audiences. In this modern era, Talkcation utilizes social media, namely Instagram, as a means of promoting its program. The purpose of this study was to find out and analyze how to use Instagram as a promotional medium to increase interest in watching TV Talkcation programs on RBTV. The theory used is marketing strategy through social media. The kind of research is qualitative with method used case study. The data collection techniques used in the form of observation, interviews and documentation. The data collection process focused on Social Media Manager and Sponsorship division of Rumah Keatif Media and followers from Talkcation's Instagram. The results of the research that the authors conducted showed that the use of Instagram social media as a promotional medium succeeded in attracting public interest to watch Talkcation and it was effective. Various features utilized by the management team are able to support users' interest in Instagram Talkcation, especially in the Reels and Collabs features. However, the lack of intensity in responding to Instagram user responses is still a shortage of the social media management team.

Keywords: Instagram, Promotion Media, Talkcation