

***CONTENT MARKETING* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA  
JASA DESAIN GRAFIS UFXDESIGN  
SKRIPSI**



**Disusun oleh:**  
Farid Umar Fajar  
17.96.0095

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

***CONTENT MARKETING* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA  
JASA DESAIN GRAFIS UFXDESIGN**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi Sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Farid Umar Fajar

17.96.0095

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

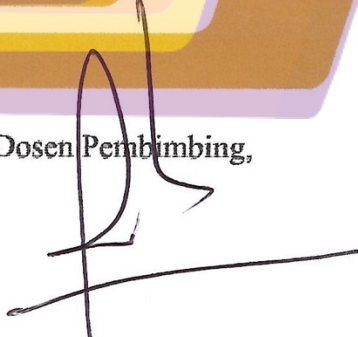
**Content Marketing Di Media Sosial Instagram Pada Jasa Desain Grafis  
UFXDesign**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Farid Umar Fajar  
NIM 17.96.0095

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal bln tahun

Dosen Pembimbing,

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

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**Content Marketing Di Media Sosial Instagram Pada Jasa Desain Grafis  
UFXDesign**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Farid Umar Fajar  
NIM 17.96.0095

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 26 Juni 2023

**Nama Penguji**

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

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

Sheila Lestari 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)  
Tanggal 3 Juli 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan 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 manapun, 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, 10 Juni 2023



**FARID UMAR FAJAR**

**NIM. 17.96.0095**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya ingin dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan inspirasi selama penulisan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, dorongan, dan bantuan yang berharga dalam perjalanan ini.

1. Terima kasih kepada Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng atas bimbingan, arahan, dan waktunya yang telah sangat berarti dalam membantu saya menyelesaikan penelitian ini.
2. Terima kasih kepada teman-teman seangkatan yang telah menjadi sahabat dan sumber dukungan selama bertahun-tahun kuliah.
3. Terima kasih kepada keluarga saya atas dukungan, doa, dan cinta tanpa batas mereka sepanjang perjalanan ini.
4. Terima kasih kepada Universitas Amikom Yogyakarta atas kesempatan untuk mengejar pendidikan tinggi dan penelitian ini.
5. Terima kasih kepada semua responden dan subjek penelitian yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.
6. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan dukungan dan bantuan.



## KATA PENGANTAR

Tiada kata yang paling indah selain puji dan rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi untuk syarat menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam perjalanan penyusunan skripsi ini, penyusun telah menerima dukungan yang berlimpah dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

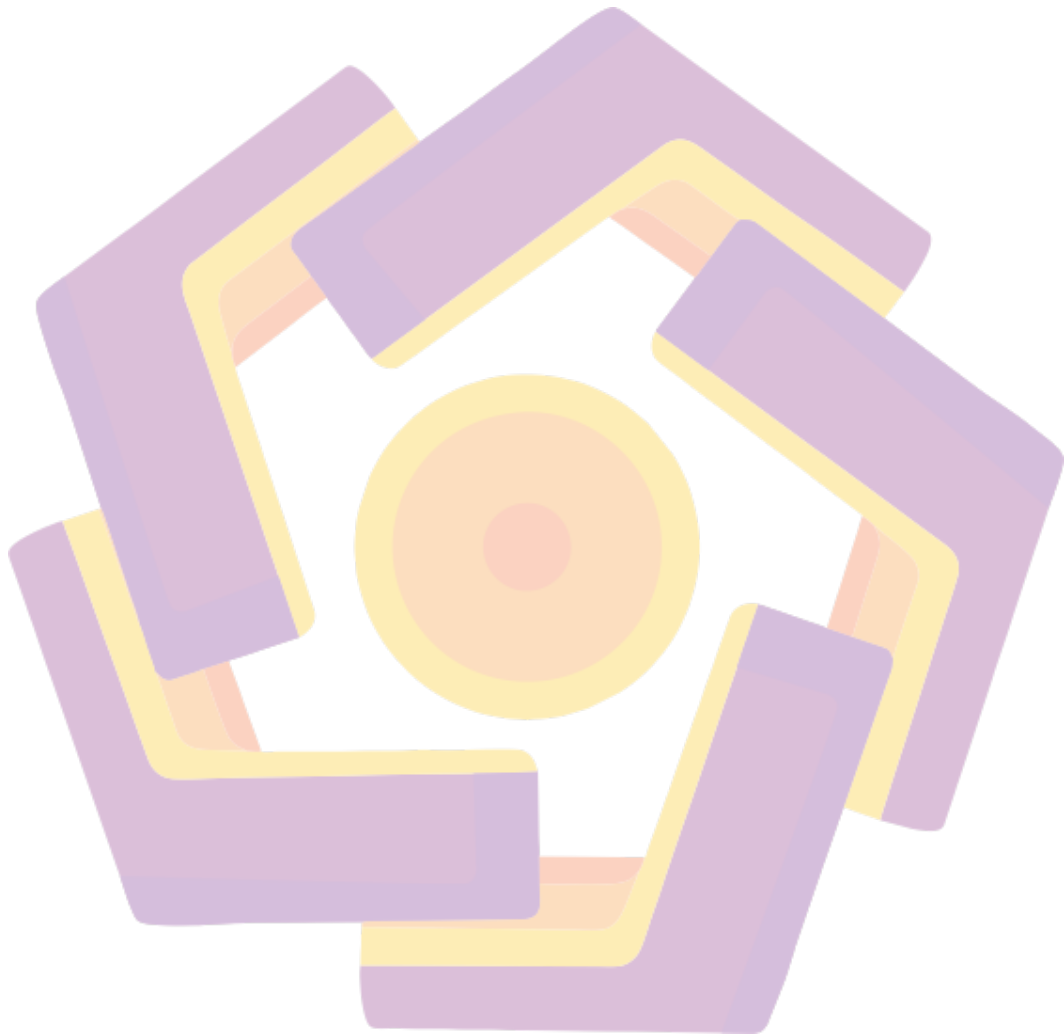
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Kaprodi dan Dosen Pembimbing, Universitas Amikom Yogyakarta
4. Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Wali
5. Bapak/ Ibu dosen, staff, dan karyawan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan yang bermanfaat.

Dalam proses penulisan skripsi ini, saya menyadari adanya keterbatasan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, saya memohon maaf atas kekurangan yang mungkin ada dan siap menerima kritik serta saran yang membangun. Saya yakin bahwa dengan masukan yang konstruktif, skripsi ini dapat ditingkatkan. Saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri saya dan pihak lain yang membutuhkannya, serta menjadi pijakan untuk penelitian di masa depan. Terakhir, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan inspirasi dalam penulisan skripsi ini. Tanpa dukungan tersebut, skripsi ini tidak akan terwujud. Terima kasih atas bantuan, dorongan, dan kesempatannya.

## DAFTAR ISI

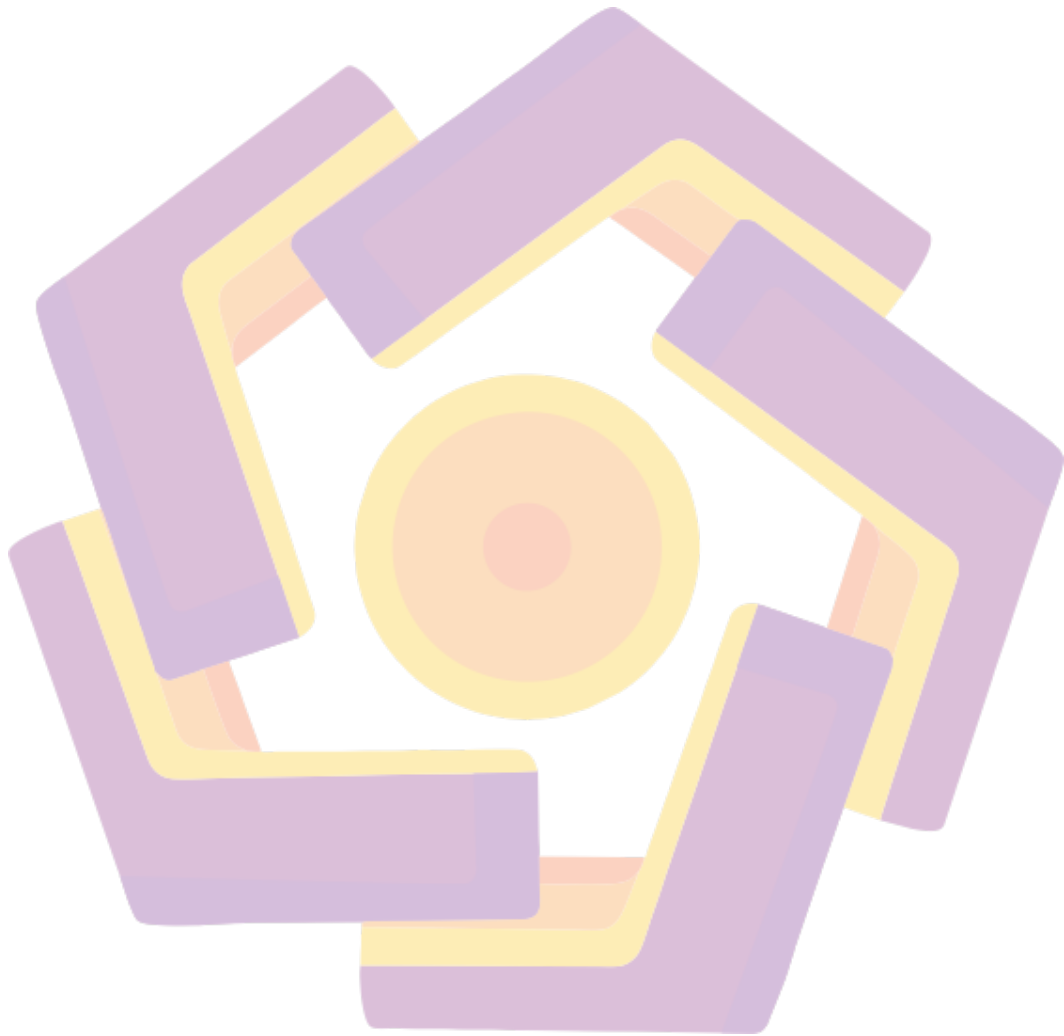
HALAMAN SAMBUNG	
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian .....	2
1.4 Batasan Masalah.....	2
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Landasan Teori.....	4
2.2 Penelitian Terdahulu .....	9
2.3 Kerangka Pemikiran.....	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	12
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	12
3.2 Subjek Penelitian.....	12
3.3 Lokasi Penelitian.....	13
3.4 Sumber Data.....	13
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	14
3.6 Teknik Pengolahan Data .....	14
3.7 Teknik Analisis Data.....	15
3.8 Triangulasi Data .....	17
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	19
4.1 Hasil Penelitian .....	19
BAB V PENUTUP.....	25
5.1 Kesimpulan .....	25
5.2 Saran.....	26
DAFTAR PUSTAKA .....	27
LAMPIRAN.....	29





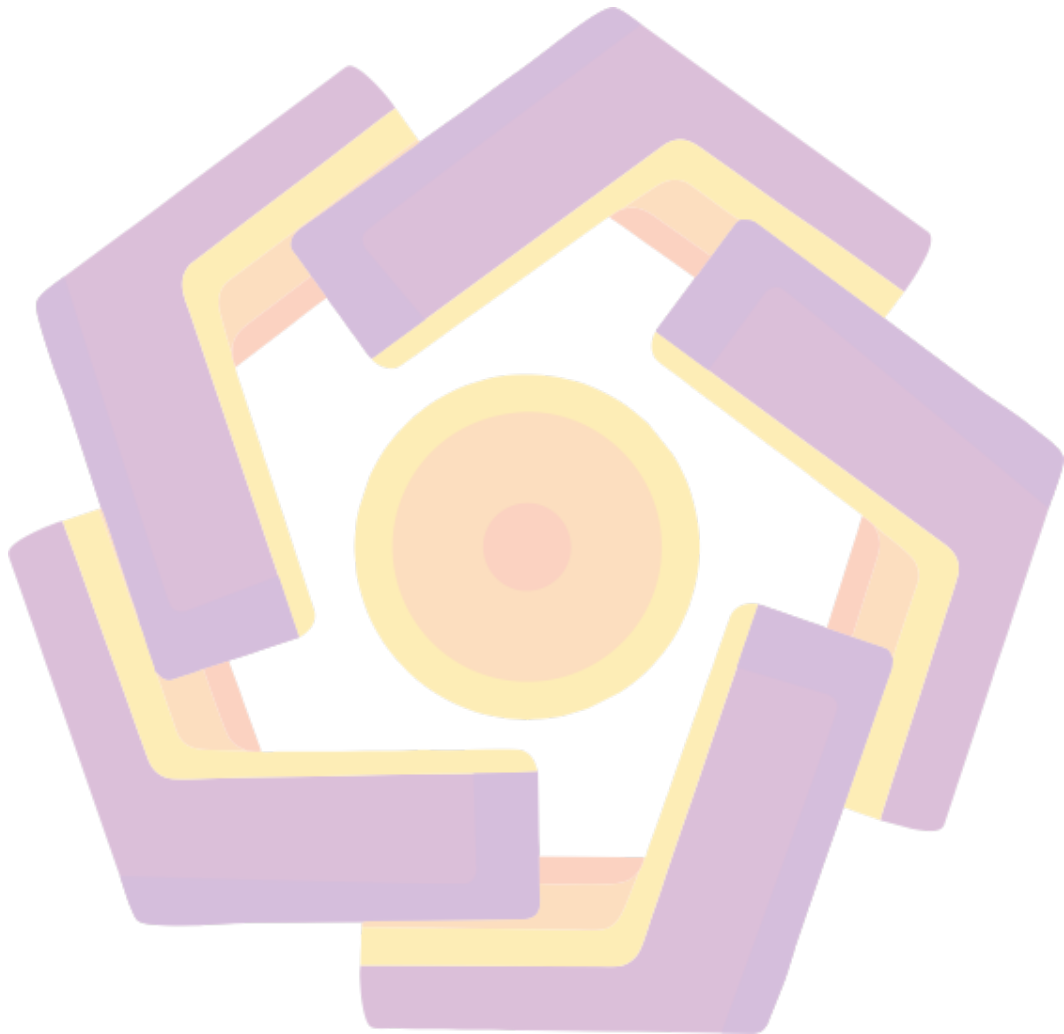
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 3.1 Bagan Analisis Data.....	17
Gambar 3.2 Bagan Triangulasi Data.....	18



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Daftar Subjek Penelitian .....	13



## INTISARI

Fenomena pada jasa desain yang ada di Instagram yang tetap mendapatkan pelanggan walaupun pada unggahan terakhir di Instagram sudah sangat lampau. Berdasarkan teori *content marketing*, Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif, sedangkan untuk memvalidasi data menggunakan tiga informan yaitu pemilik, pelanggan, dan pakar. Hasil penemuan terhadap jasa desain yang dimiliki yang telah disimpulkan dari tiga informan pada *platform* yang digunakan mendukung terjadinya hal yang dapat mempertemukan antara konsumen dan penjual karena pada setiap konten yang dibuat oleh Aldi memiliki nilai yang baik seperti konten yang menarik dengan target pasarnya. Melihat potensi lebih yang dimiliki oleh jasa desain tersebut dengan mengunggah konten secara terjadwal. Selanjutnya kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemaparan data yang akurat dari beberapa informan.

**Kata Kunci: Kualitatif, Deskriptif, Content Marketing, Deskriptif, Jasa Desain Grafis, UFXDesign**

## ABSTRACT

*The phenomenon in design services on Instagram that continue to attract customers even though the latest posts on Instagram are very outdated. Based on content marketing theory, this research employs a descriptive method, and data validation is conducted using three informants: the owner, customers, and experts. The findings regarding the design services, as concluded from input by these three informants on the platform used, support the occurrence of something that can connect consumers and sellers because every content created by Aldi has good value, such as engaging content tailored to its target market. Recognizing the greater potential held by these design services through scheduled content uploads. Furthermore, qualitative methods are used to obtain accurate data exposure from multiple informants.*

***Keywords: Qualitative, Descriptive, Content Marketing, Descriptive, Graphic Design Services, UFXDesign***

