

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @MUSIKJOGJA DALAM  
MEMPROMOSIKAN MUSISI LOKAL DI JOGJA**

**SKRIPSI**



**Dusun oleh:**

Adinda Chika Mahar Dewi  
20.96.1755

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2024**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @MUSIKJOGJA DALAM  
MEMPROMOSIKAN MUSISI LOKAL DI JOGJA**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

Adinda Chika Mahar Dewi  
20.96.1755

**Dosen Pembimbing:** Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

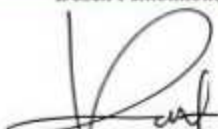
**PEMANFAATAN INSTAGRAM @MUSIKJOGJA DALAM  
MEMPROMOSIKAN MUSISI LOKAL DI JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adinda Chika Mahar Dewi  
20.96.1755

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 7 Juni 2024

Dosen Pembimbing,



Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A  
N.K. 190302444

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @MUSIKJOGJA DALAM  
MEMPROMOSIKAN MUSISI LOKAL DI JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adinda Chika Mahar Dewi  
20.96.1755

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

20 Juni 2024

**Nama Penguji**

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

Riski Damaguti, S.Sos., M.A.  
NIK. 190302475

Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302444

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
(20 Juni 2024)

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, 8 Juni 2024



Adinda Chika Manar Dewi  
20.96.1755

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami 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 Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Swadesta Aria Wasesa selaku pihak founder Musik Jogja.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan segala dukungan moral maupun materil, serta terus mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
7. Arfinda Luthfi Hidayatullah selaku support system.
8. Shafa Insany, Angelique, Berliana, Rizky Yuniar, Zelig, Vita, Avita Abhirama, Baharuddin Yusuf, Satria Mega selaku sahabat yang selalu memberikan dukungan.

Yogyakarta, 8 Juni 2024



Adinda Chika Mahar Dewi

## DAFTAR ISI

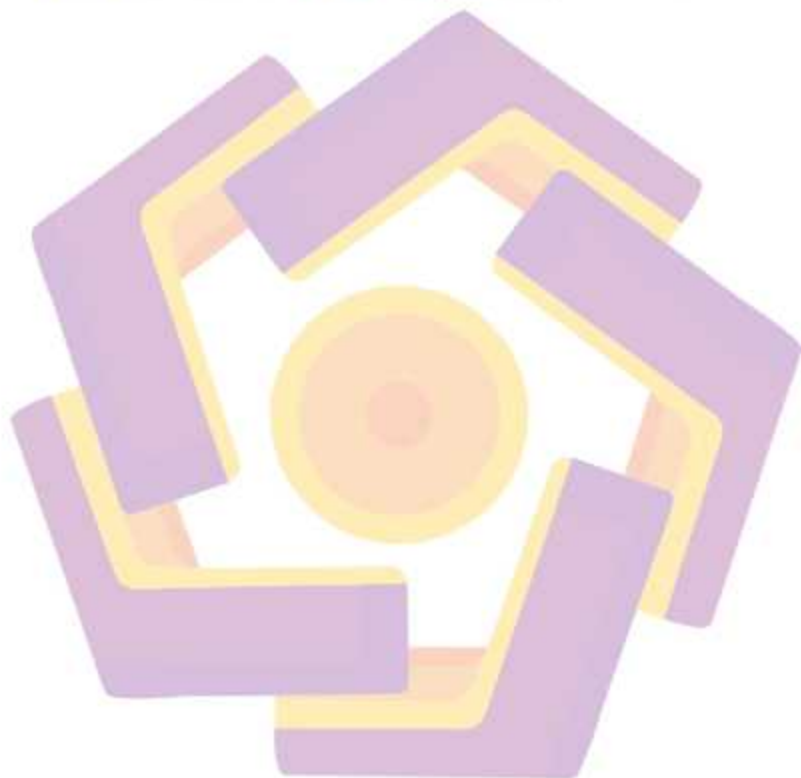
<b>PEMANFAATAN INSTAGRAM @MUSIKJOGJA DALAM MEMPROMOSIKAN MUSISI LOKAL DI JOGJA</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Batasan Masalah.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teoritis .....	18
2.2.1 Media Sosial .....	18
2.2.2 Instagram .....	21
2.2.3 Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi .....	24
2.3 Kerangka Berpikir .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
3.3 Metode Penelitian.....	28
3.4 Waktu Penelitian .....	29
3.5 Subjek dan Objek Penelitian .....	29

3.6	Jenis dan Sumber Data .....	30
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.8	Teknik Analisis Data .....	33
3.9	Teknik Keabsahan Penelitian .....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	36
4.1.1	Sejarah dan Profil Musik Jogja .....	36
4.1.2	Visi dan Misi.....	37
4.1.3	Tujuan Musik Jogja .....	38
4.2	Profil Informan (Narasumber).....	38
4.3	Temuan Penelitian.....	39
4.3.1	Implementasi The Circuler Model Of Some pada @MusikJogja.....	39
4.3.2	Penerapan Fitur-Fitur Instagram @MusikJogja dalam Promosi .....	54
4.4	PEMBAHASAN .....	62
4.4.1	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi dalam Promosi @MusikJogja .....	62
4.4.2	Penerapan The Circular Model Of Some oleh @MusikJogja .....	64
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>71</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Segmentasi dan Targeting @MusikJogja.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2. 3 Kerangka berpikir.....	26
Tabel 4. 2 Gambaran Umum Profil Informan (Narasumber).....	38

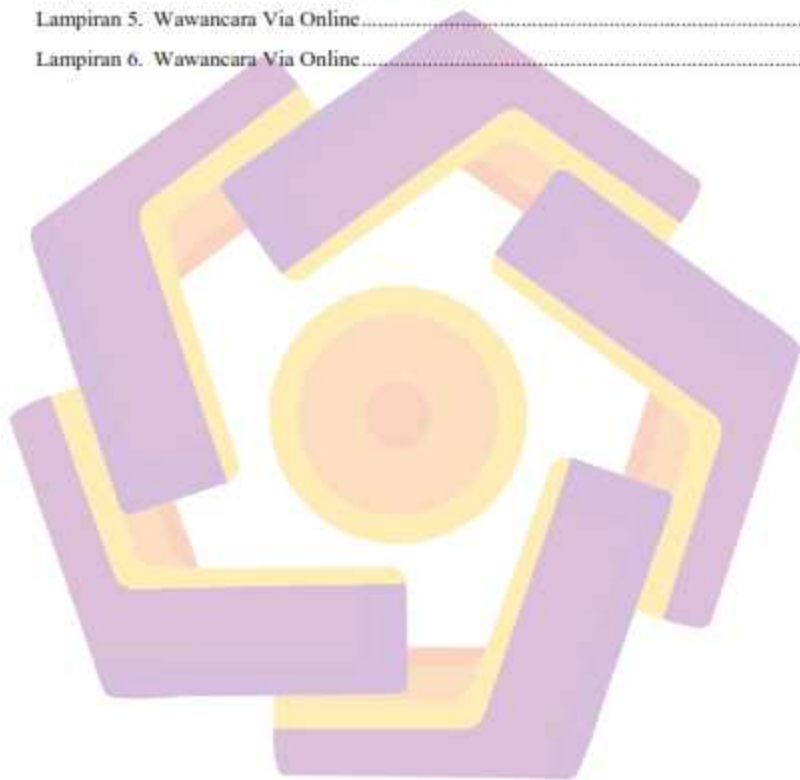


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Musik Jogja.....	1
Gambar 1. 2 TOR Wawancara @MusikJogja.....	4
Gambar 1. 3 Transkrip Wawancara @MusikJogja .....	5
Gambar 1. 4 Workshop @MusikJogja.....	5
Gambar 1. 5 Kelas Menulis @MusikJogja .....	6
Gambar 1. 6 Hasil Engagement Rate @MusikJogja dan @Jogjastage.id.....	6
Gambar 1. 7 Data Platform Pengguna Media Sosial Terbanyak.....	7
Gambar 1. 8 Gambar Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia... 8	
Gambar 1. 9 Data media sosial paling efektif untuk tujuan bisnis pada 30 Juni 2022.....	9
Gambar 1. 10 Musik Jogja Sebagai Media Partner.....	11
Gambar 4.1.1 Profil Instagram Musik Jogja.....	36
Gambar 4.3.1 Instagram Stories @MusikJogja .....	55
Gambar 4.3.2 Sesi Tanya Jawab di Instagram @MusikJogja.....	56
Gambar 4.3.3 Komentar pada Postingan @MusikJogja.....	57
Gambar 4.3.4 Kolaborasi dengan Infoky serta Komentar pada Postingan @MusikJogja58	
Gambar 4.3.6 Postingan Informasi Acara Konser di Jogja.....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Informan 1 .....	71
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informan 2 .....	86
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan 3 .....	92
Lampiran 4. Wawancara Founder @MusikJogja.....	98
Lampiran 5. Wawancara Via Online.....	99
Lampiran 6. Wawancara Via Online.....	99



## ABSTRAK

Musik Jogja menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi dengan target audiensnya. Keunikan media partner Musik Jogja dalam pendekatan jurnalistik terletak pada kemampuan mereka untuk mencapai audiens lokal yang relevan. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pemanfaatan Instagram @MusikJogja dengan menggunakan media komunikasi *circular model of some* dan fitur-fitur pada Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana pemanfaatan Instagram @MusikJogja dalam mempromosikan musisi lokal di Jogja, meliputi tahap (*Share*) membagikan konten melalui foto, video, dan cerita, (*Optimize*) menggunakan hashtag, mengoptimalkan konten yang dibagikan untuk meningkatkan kesadaran dan kesadaran masyarakat, (*Manage*) mengelola interaksi dengan audiens melalui komentar, penjadwalan postingan konten dan (*Engage*) melibatkan audiens melalui konten interaktif seperti tanya jawab, give away, kolaborasi, serta penggunaan fitur-fitur Instagram seperti *Instagram Stories*, *caption*, komentar, *Instagram Live*, *hashtag*, *reels* dan lokasi untuk meningkatkan eksposur dan membantu mendapatkan penggemar yang lebih banyak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @MusikJogja memanfaatkan Instagram sebagai platform dalam mempromosikan musisi lokal di Jogja. Pemanfaatan Instagram @MusikJogja membawa manfaat signifikan bagi musisi lokal di Jogja, eksposur yang diperoleh melalui akun ini membantu musisi untuk meningkatkan popularitas mereka dan menarik perhatian penggemar potensial.

Kata Kunci : Instagram, @MusikJogja, Musisi Lokal, Promosi, Konten, Fitur-fitur Instagram

## ABSTRACT

*Musik Jogja uses Instagram social media as a promotional medium with its target audience. The uniqueness of Musik Jogja's media partners in the journalistic approach lies in their ability to reach relevant local audiences. Based on this, the author is interested in examining how the utilization of Instagram @MusikJogja by using the circular model of some communication media and features on Instagram. The purpose of this study is to describe how the utilization of Instagram @MusikJogja in promoting local musicians in Jogja, including the stages of (Share) sharing content through photos, videos, and stories, (Optimize) using hashtags, optimizing shared content to increase public awareness and awareness, (Manage) managing interactions with audiences through comments, scheduling content posts and (Engage) engaging audiences through interactive content such as Q&A, give away, collaboration, as well as the use of Instagram features such as Instagram Stories, captions, comments, Instagram Live, hastags, reels and locations to increase exposure and help gain more fans. The results showed that @MusikJogja utilizes Instagram as a platform in promoting local musicians in Jogja. The utilization of @MusikJogja Instagram brings significant benefits to local musicians in Jogja, the exposure gained through this account helps musicians to increase their popularity and attract attention.*

*Keywords: Instagram, @MusikJogja, Local Musicians, Promotion, Content, Instagram Features.*