

**PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @DAK_SPORTID
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI



Disusun oleh:

REYNALDY RIFKY PRASETYO

18.96.0904

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

**PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @DAK_SPORTID
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

REYNALDY RIFKY PRASETYO

18.96.0904

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Pemanfaatan Social Media Instagram @dak_sportid

Sebagai Media Promosi

yang dipersiapkan dan disusun oleh

REYNALDY RIFKY PRASETYO
18.96.0904

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 30 Juli 2024

Dosen Pembimbing,



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @dak_sportid****SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

REYNALDY RIFKY PRASETYO
18.96.0904

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 30 Juli.....2024**Nama Penguji****Tanda Tangan**Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302445Stara Asrita, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302364Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom.
NIK. 190302437Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Tanggal...30 Juli....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, 04 Juli 2024



Reynaldy Rifky Prasetyo
18.96.0904

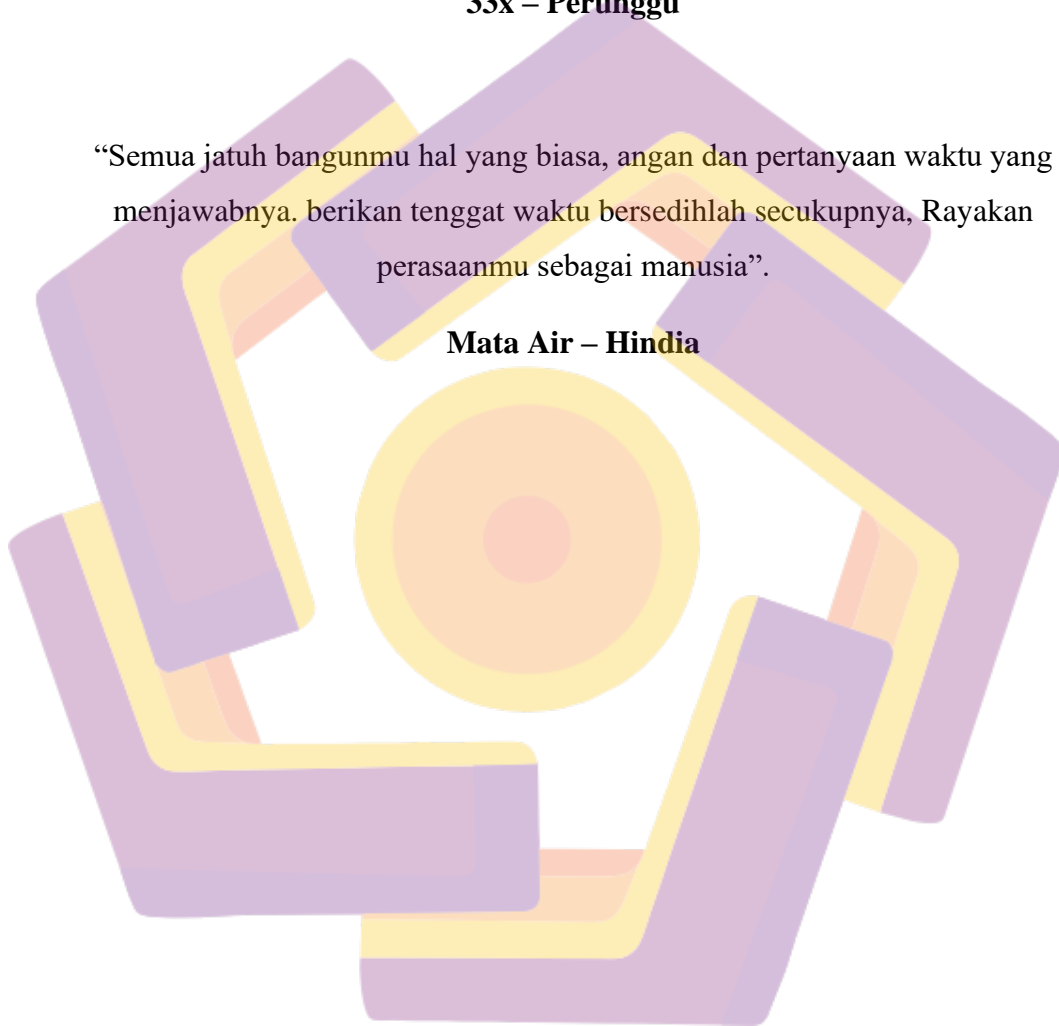
MOTTO

“Melamban bukanlah hal yang tabu, kadang itu yang kau butuh bersandar
hibahkan bebanmu. Tak perlu kau berhenti kurasi, ini hanya sementara bukan
ujung dari rencana”.

33x – Perunggu

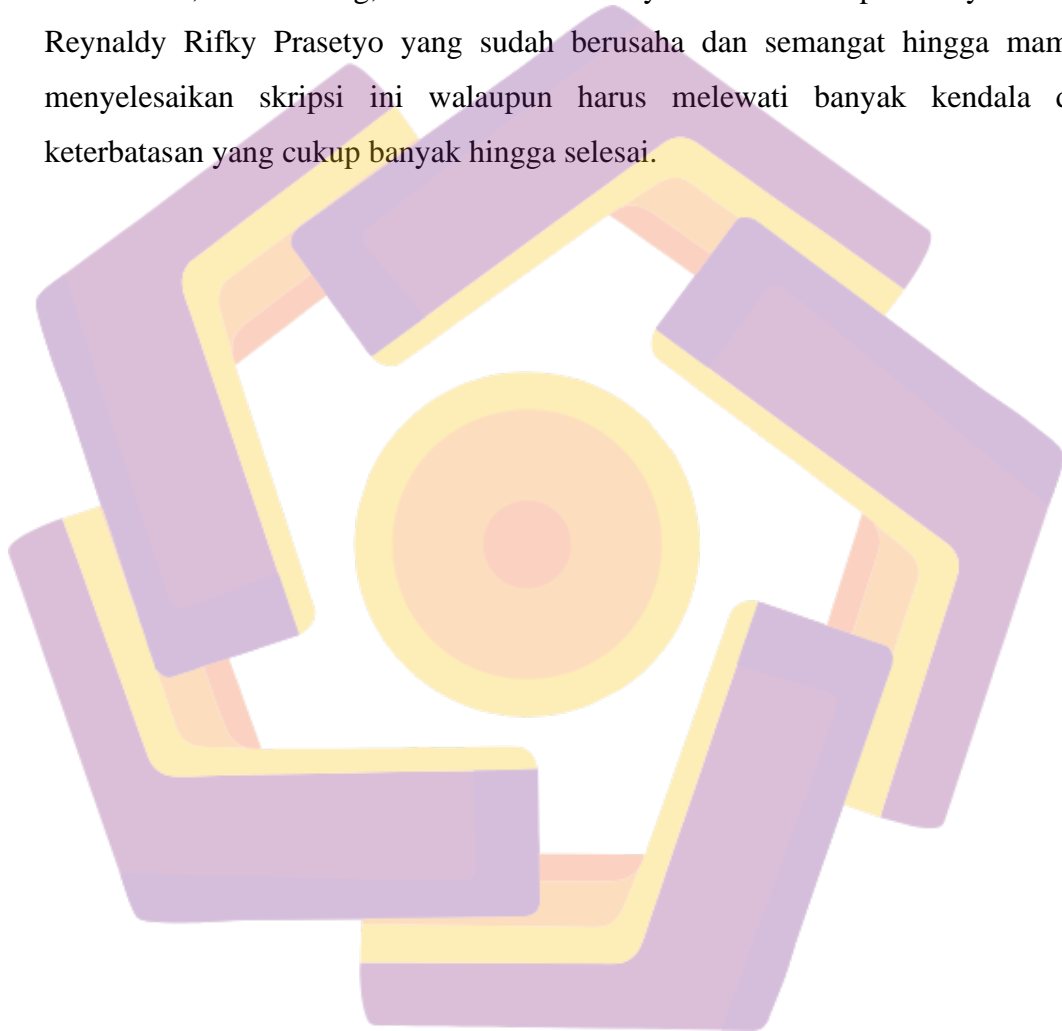
“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang
menjawabnya. berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, Rayakan
perasaanmu sebagai manusia”.

Mata Air – Hindia



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang terbaik dan hebat yang sangat saya banggakan dan sangat berjasa dalam hidup saya, Ayah Parwoto dan Mama Suyanti, serta Kakak Doni Esra Pramudya yang selalu mendoakan, mendukung, dan membantu saya. Terakhir kepada saya sendiri Reynaldy Rifky Prasetyo yang sudah berusaha dan semangat hingga mampu menyelesaikan skripsi ini walaupun harus melewati banyak kendala dan keterbatasan yang cukup banyak hingga selesai.



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. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom., selaku Pembimbing skripsi peneliti, yang sangat sabar dan membantu dalam membimbing dan memberikan dukungan kepada penulis hingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Pihak DAK Sport Id, Diego Armansyah Lamara, Rico, dan Ridwan Selaku *Owner, Social Media Admin, dan Marketing* yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber pada penelitian ini.
6. Dimas dan Guruh Setyawan, selaku *followers* dan konsumen dari @dak_sportid yang telah bersedia untuk diwawancarai sebagai narasumber pada penelitian ini.
7. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Parwoto dan Ibu Suyanti yang senantiasa memberikan doa dan kasih sayang yang begitu besar dan selalu mendukung hingga menyekolahkan penulis.

8. Kepada kakak saya Doni Esra Pramudya, yang selalu memberikan semangat serta memberikan bantuan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada teman teman saya yang selalu memberikan masukan serta memberikan semangat kepada penulis pada proses penulisan skripsi ini.
10. Kepada pihak pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Tentunya apresiasi yang besar kepada saya sendiri Reynaldy Rifky Prasetyo yang sudah berusaha, berjuang dan tidak menyerah menghadapi tantangan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang, penulis menerima kritik dan saran demi kebaikan dan kemajuan penulis dimasa yang akan datang.

Yogyakarta, 04 Juli 2024



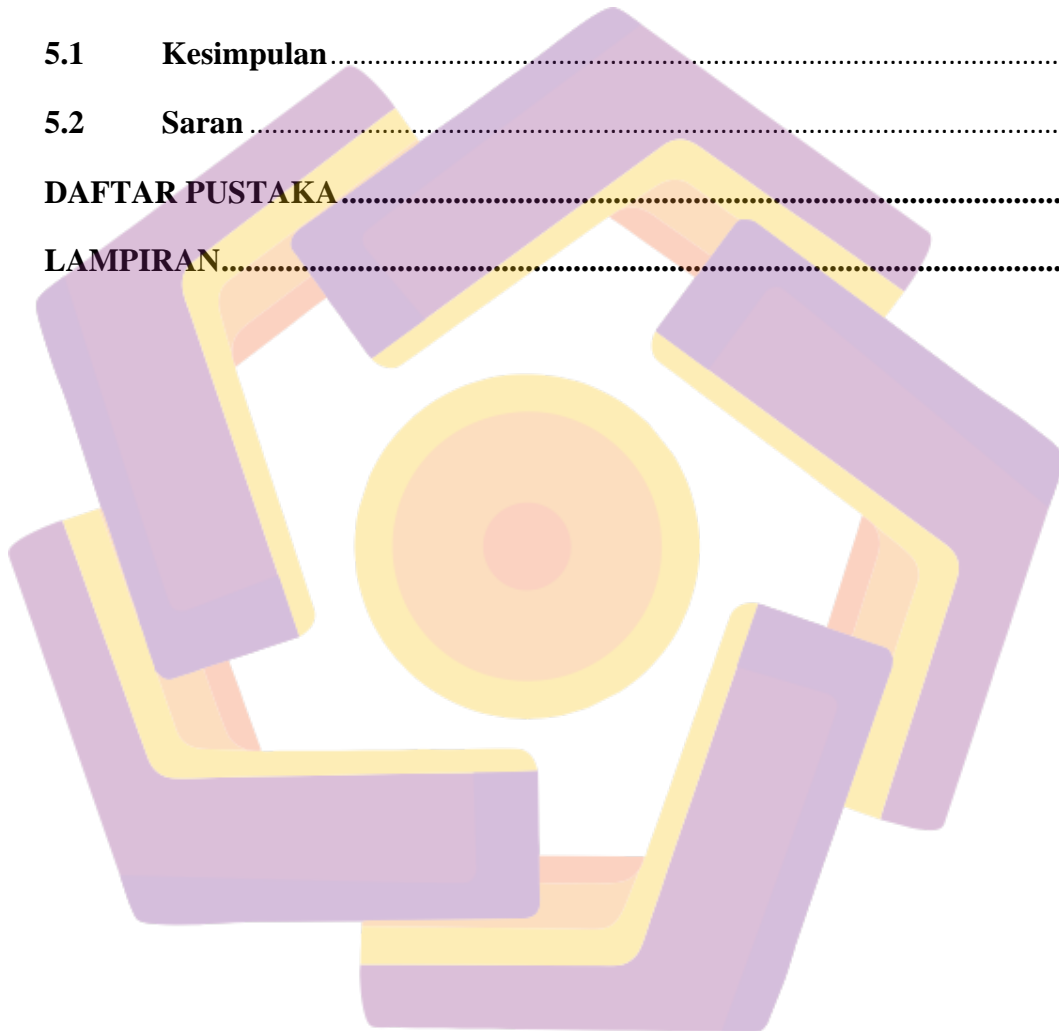
Reynaldy Rifky Prasetyo

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika BAB.....	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11

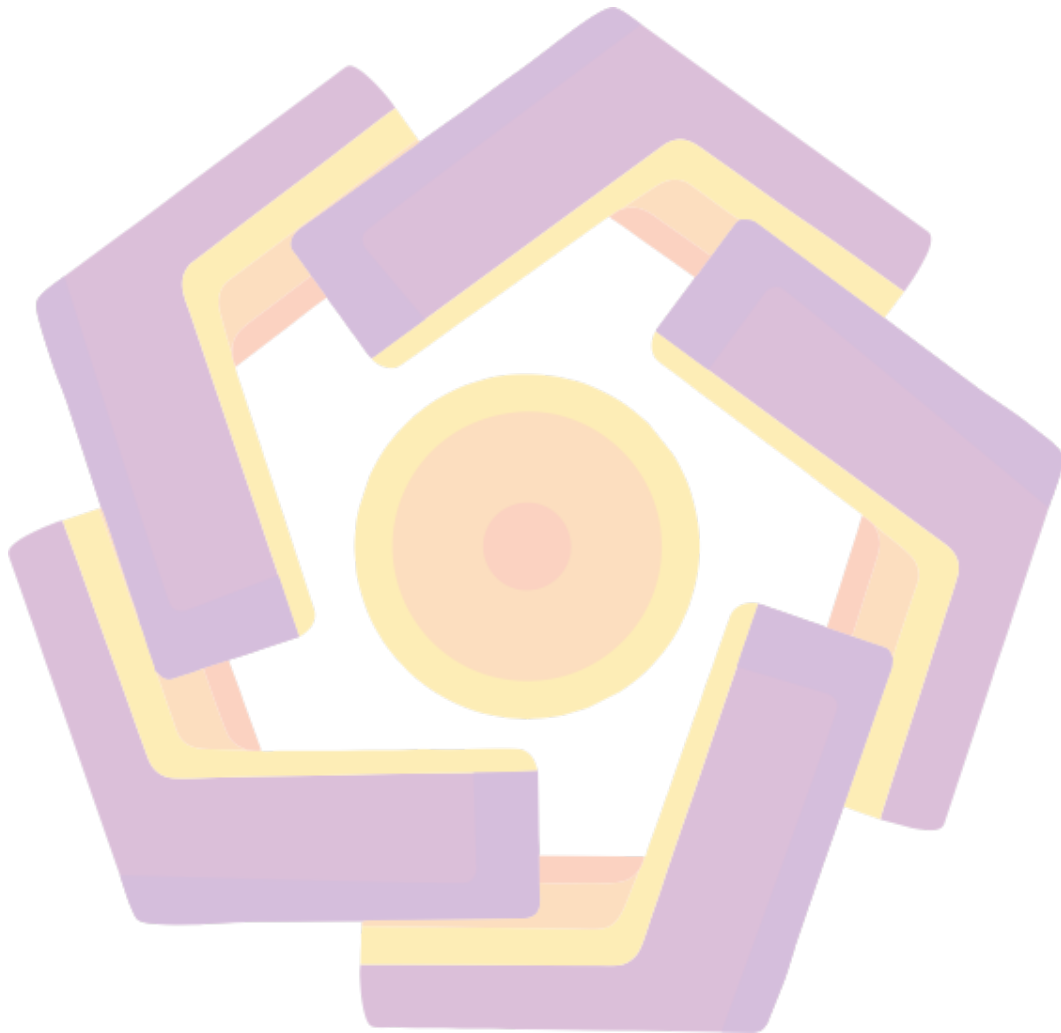
2.2	Landasan Teori	14
2.3	Kerangka Berfikir	24
BAB III		26
METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Paradigma Penelitian	26
3.2	Pendekatan Penelitian	27
3.3	Metode Penelitian	27
3.4	Subjek dan Objek Penelitian	28
3.5	Teknik Pengambilan Data	30
3.6	Waktu Penelitian	31
3.7	Teknik Analisis Data	31
3.8	Teknik Keabsahan Data	32
BAB IV		34
TEMUAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Profil Informan	34
4.2	Temuan Penelitian	37
4.2.1	Digital Marketing.....	37
4.2.2	Social Media Marketing.....	38
4.2.3	Instagram.....	41
4.2.4	The Circular Model Of Some.....	51
4.2.5	Promosi.....	56
4.3	Pembahasan	58
4.3.1	<i>Digital Marketing</i> Sebagai Media Promosi.....	58
4.3.2	Social Media Marketing Sebagai Media Promosi.....	60
4.3.3	Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Media Promosi @dak_sportid....	62

4.3.4 Pemanfaatan Model <i>SOME</i> Pada @dak_sportid.....	72
4.3.5 Pemanfaatan Social Media Instagram @dak_sportid Sebagai Media Promosi	75
BAB V	78
PENUTUP.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 2 .1 Penelitian Sebelumnya.....11
Tabel 3 .1 Data Narasumber29

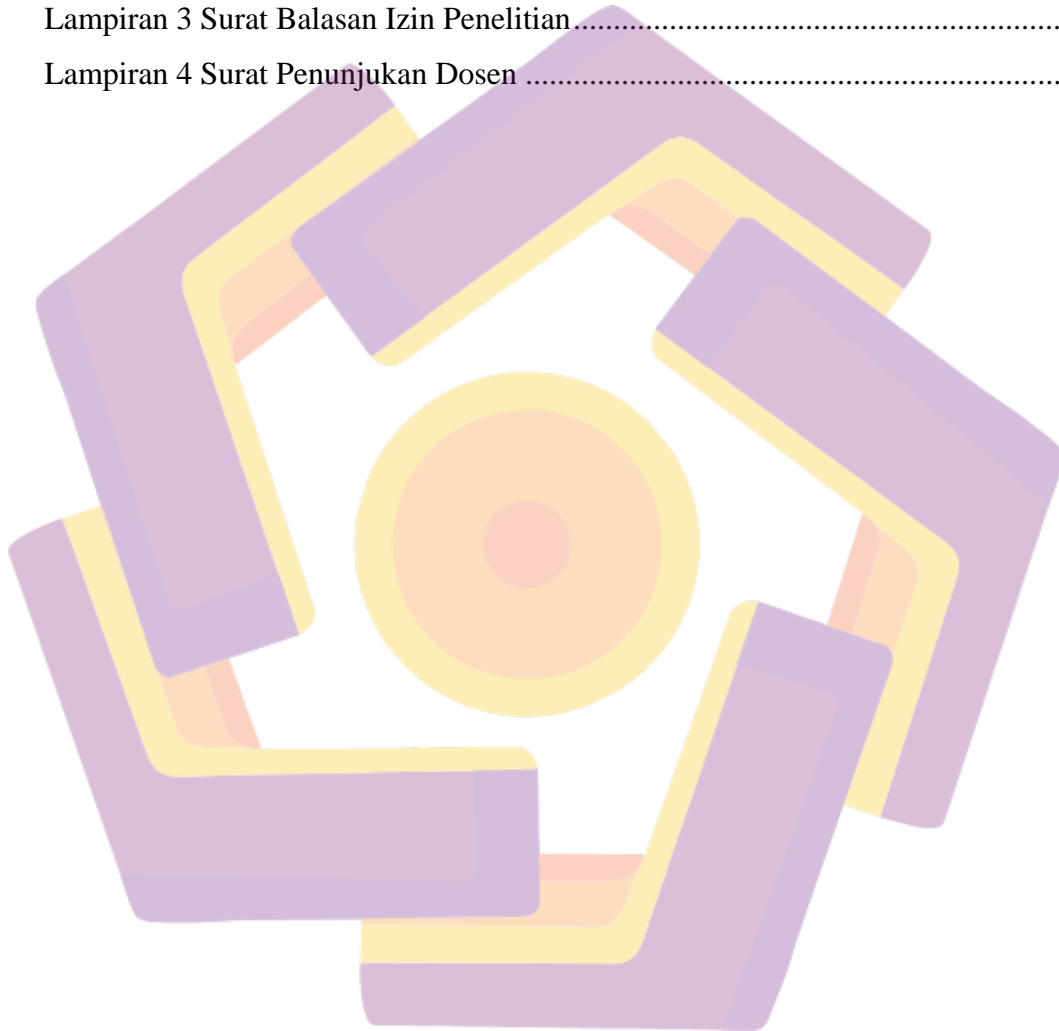


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Social Media	2
Gambar 1. 2 Pengguna Instagram Berdasarkan Usia.....	3
Gambar 1. 3 Data Pengguna Instagram	4
Gambar 1. 4 Data Rentang Usia Pengujung DAK Sport ID	6
Gambar 1. 5 Engagement Rate	7
Gambar 1. 6 Average Engagement Rate.....	8
Gambar 1. 7 Contoh Perbandingan Toko	8
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4. 1 Dokumentasi Wawancara	34
Gambar 4. 2 Dokumentasi Wawancara	35
Gambar 4. 3 Dokumentasi Wawancara	35
Gambar 4. 4 Dokumentasi Wawancara	36
Gambar 4. 5 Dokumentasi Wawancara	37
Gambar 4. 6 Penerapan SMM di Instagram Sebagai Media Promosi	62
Gambar 4. 7 Jumlah followers @dak_sportid	63
Gambar 4. 8 Jumlah Likes @dak_sportid.....	64
Gambar 4. 9 Comment Pada Akun @dak_sportid.....	65
Gambar 4. 10 Jumlah views Pada Akun @dak_sportid.....	67
Gambar 4. 11 Konten Reels @dak_sportid	68
Gambar 4. 12 Penggunaan Fitur Story Pada Akun @dak_sportid.....	69
Gambar 4. 13 Unggahan Konten di Feeds akun @dak_sportid.....	71
Gambar 4. 14 Penerapan share pada akun @dak_sportid.....	72
Gambar 4. 15 Penerapan engage pada akun @dak_sportid.....	74
Gambar 4. 16 Insight Akun @dak_sportid	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	84
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	92
Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian.....	93
Lampiran 4 Surat Penunjukan Dosen	94



ABSTRAK

Tingginya penggunaan internet di Indonesia menjadi faktor utama bagi pelaku usaha untuk menggunakan pemasaran digital yang dikhususkan kepada penggunaan strategi *social media marketing* pada aplikasi instagram sebagai penunjang aktivitas promosi demi menjangkau calon konsumen yang lebih luas lagi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mendeskripsikan pemanfaatan social media instagram @dak_sportid sebagai media promosi. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan pengumpulan data melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penentuan informan menggunakan teknik *purposive-sampling*. Pada penelitian ini menggunakan teori *The Circular Model of Some* yang terdiri dari 4 elemen yaitu *Share, Optimize, Manage* dan *engage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan instagram sebagai media promosi bagi @dak_sportid dinilai efektif dan efisien karena biaya yang dikeluarkan relatif murah serta dalam memanfaatkan fitur yang ada di instagram memudahkan untuk melakukan kegiatan promosi, namun pada proses pemanfaatan teori *some*, @dak_sportid belum mampu memanfaatkannya dengan baik sehingga kegiatan promosi yang dihasilkan kurang maksimal.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Instagram, The Circular Model of Some, DAK Sport Id.*

ABSTRACT

The high use of the internet in Indonesia is a major factor for business actors to use digital marketing that is specifically focused on the use of social media marketing strategies on the Instagram application as a support for promotional activities in order to reach a wider range of potential consumers. This study aims to analyze and describe the use of Instagram social media @dak_sportid as a promotional medium. The research method used in this study is qualitative research with a descriptive approach with data collection through observation, interviews and documentation. In determining informants using purposive-sampling techniques. This study uses the theory of The Circular Model of Some which consists of 4 elements, namely Share, Optimize, Manage and engage. The results of the study show that the use of Instagram as a promotional medium for @dak_sportid is considered effective and efficient because the costs incurred are relatively cheap and in utilizing the features available on Instagram it is easy to carry out promotional activities, but in the process of utilizing the some theory, @dak_sportid has not been able to utilize it properly so that the resulting promotional activities are less than optimal.

Keywords: *Social Media Marketing, Instagram, The Circular Model of Some, DAK Sport Id.*