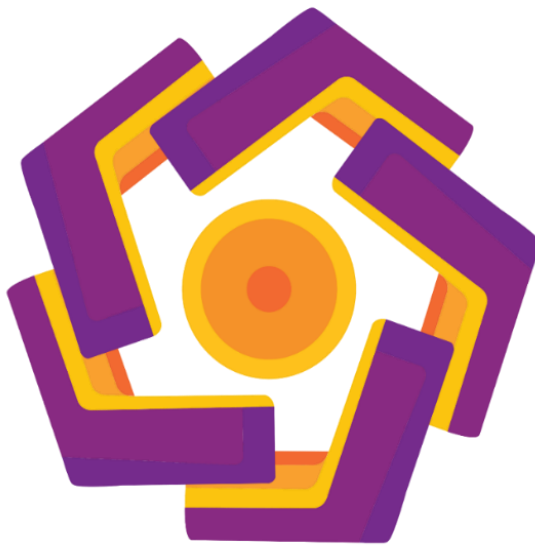


**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TOKO KACAMATA  
SAYSCORPIO\_ID DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Najma Tsania Nurfadia

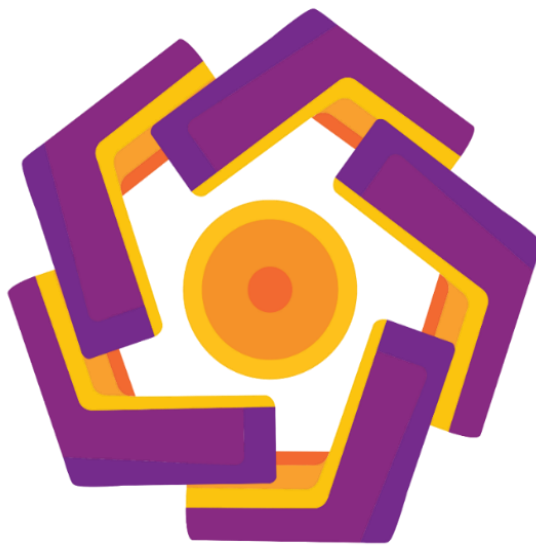
NIM. 21.96.2260

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
TAHUN 2025**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TOKO KACAMATA  
SAYSCORPIO\_ID DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Najma Tsania Nurfadia

NIM. 21.96.2260

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
TAHUN 2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### LEMBAR PERSETUJUAN

#### SKRIPSI

#### PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TOKO KACAMATA SAYSCORPIO\_ID DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Najma Tsania Nurfadia  
NIM 21.96.2260

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 30 Desember 2024

Dosen Pembimbing,



Anggun Anindya S, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIK. 190302661

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

#### SKRIPSI

#### PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TOKO KACAMATA SAYSCORPIO\_ID DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Najma Tsania Nurfadia  
NIM 21.96.2260

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 21 Januari 2025

**Nama Penguji**

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

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.  
NIK. 190302476

Anggun Anindya S, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIK. 190302661

**Tanda Tangan**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
21 Januari 2025

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, 3 Januari 2025



Najma Tsania Nurfadia  
NIM. 21.96.2260

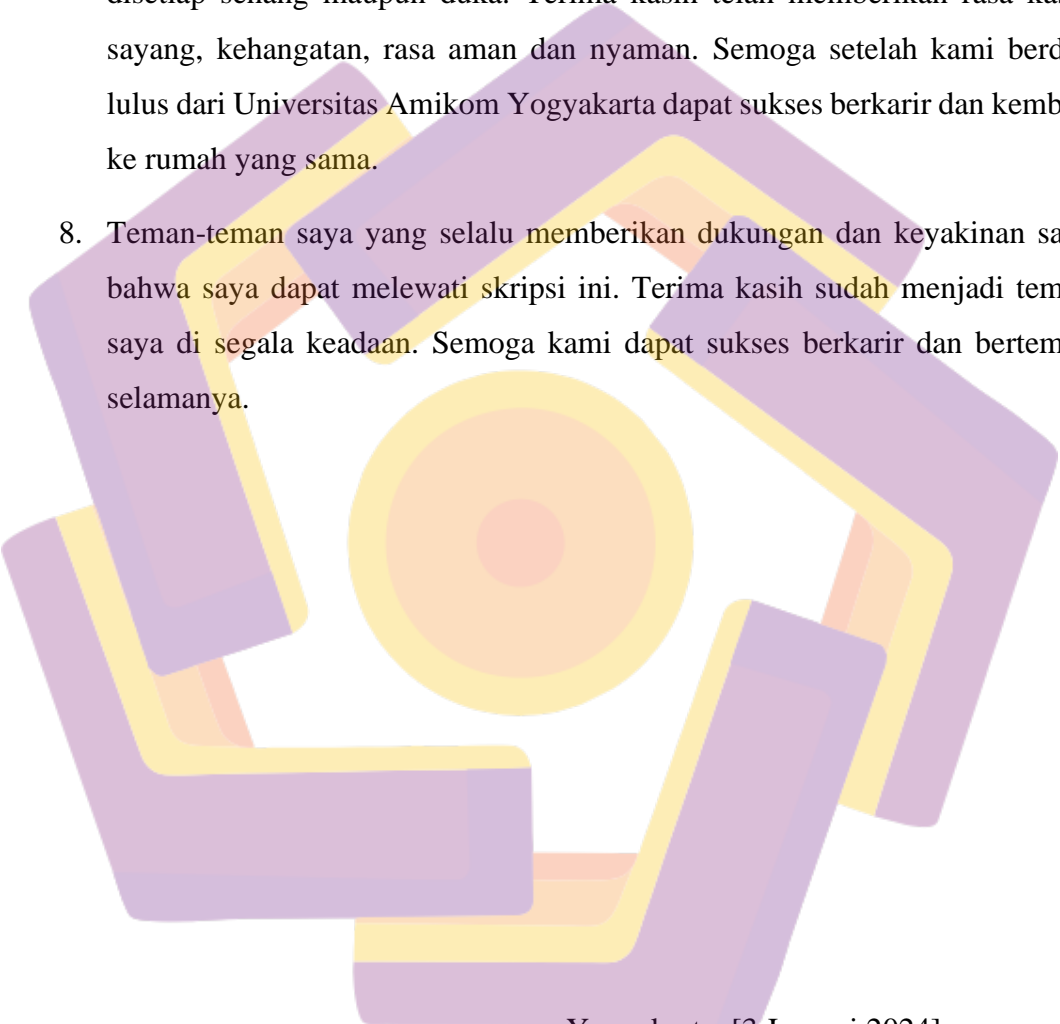
## KATA PENGANTAR

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.

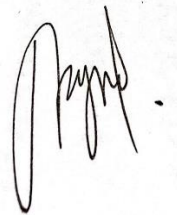
Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

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, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Anggun Anindya Sekarningrum, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing dengan segenap hati, memberikan arahan skripsi, memotivasi, serta memberikan saran-saran baik untuk saya setelah lulus dari Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Sayscorpio\_id selaku Pihak Instansi yang dengan kemurahan hati nya memberikan kesempatan dan memperbolehkan saya untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan tersebut.
6. Kedua orang tua dan adik saya yang sangat saya sayangi, yaitu Ibu Titis Kumalasari, Bapak Yossy Kurniawan., serta Zahwa Alia Nadia Putri terima kasih atas doa dan dukunganya yang tanpa henti dipanjatkan untuk penulis. Terima kasih atas semua nafkah yang telah diberikan kepada penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis sangat berterima kasih atas semua yang telah diberikan baik kebutuhan pendidikan maupun non pendidikan. Terima kasih.

7. *Support System* : Dhanika Abhikama P. Teruntuk Dhanika Abhikama Putra terimakasih telah memberikan saya dukungan dan doa tanpa henti. Terima kasih telah menemani segala proses dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah meyakinkan saya bahwa saya mampu dan bisa melewati proses skripsi dan kehidupan yang sangat bergelombang ini. Terima kasih selalu ada disetiap senang maupun duka. Terima kasih telah memberikan rasa kasih sayang, kehangatan, rasa aman dan nyaman. Semoga setelah kami berdua lulus dari Universitas Amikom Yogyakarta dapat sukses berkarir dan kembali ke rumah yang sama.
8. Teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan dan keyakinan saya bahwa saya dapat melewati skripsi ini. Terima kasih sudah menjadi teman saya di segala keadaan. Semoga kami dapat sukses berkarir dan berteman selamanya.



Yogyakarta, [3 Januari 2024]



Najma Tsania Nurfadia

## DAFTAR ISI

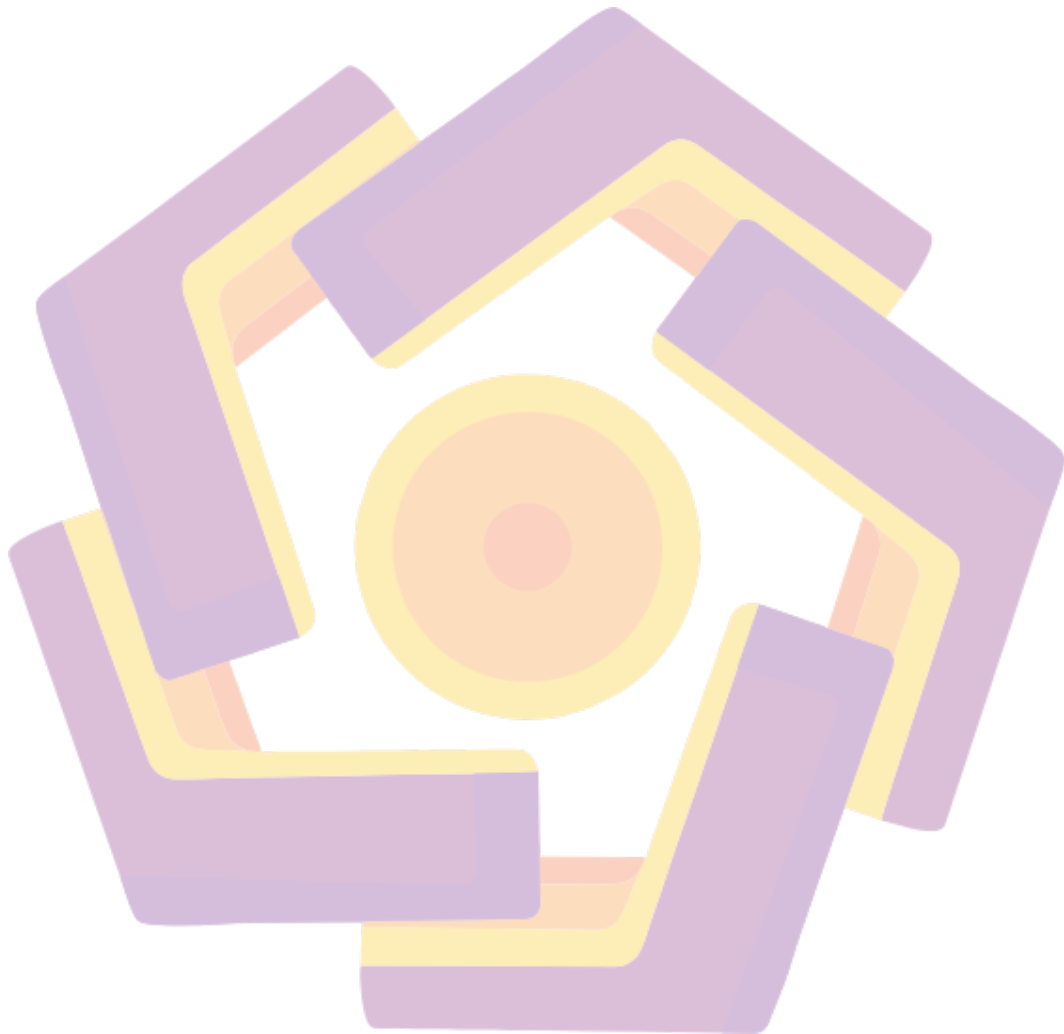
<b>PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TOKO KACAMATA SAYSCORPIO_ID DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI .....</b>	<b>0</b>
<b>PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TOKO KACAMATA SAYSCORPIO_ID DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika BAB .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Instagram .....	15
2.2.2 Teori AISAS .....	18
2.3 Kerangka Konsep .....	20
<b>BAB III.....</b>	<b>22</b>



<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	22
3.2 Pendekatan Penelitian.....	22
3.3 Metode Penelitian .....	23
3.4 Subjek dan Objek Penelitian .....	23
3.5 Teknik Pengambilan Data .....	24
3.6 Waktu Penelitian .....	25
3.7 Teknik Analisis Data .....	25
3.8 Teknik Keabsahan Penelitian .....	26
<b>BAB IV .....</b>	<b>28</b>
<b>TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Profil Informan .....	28
4.1.1 Profil Perusahaan .....	28
4.1.2 Profil Informan .....	31
4.2 Temuan Penelitian .....	31
4.2.1 Instagram .....	31
4.3 Pembahasan .....	37
4.3.1 Teori AISAS .....	37
<b>BAB V .....</b>	<b>48</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>48</b>
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2    Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Toko Kacamata di Yogyakarta 2024 .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 4.1.2 1 Tabel Informan Utama Penelitian.....	31

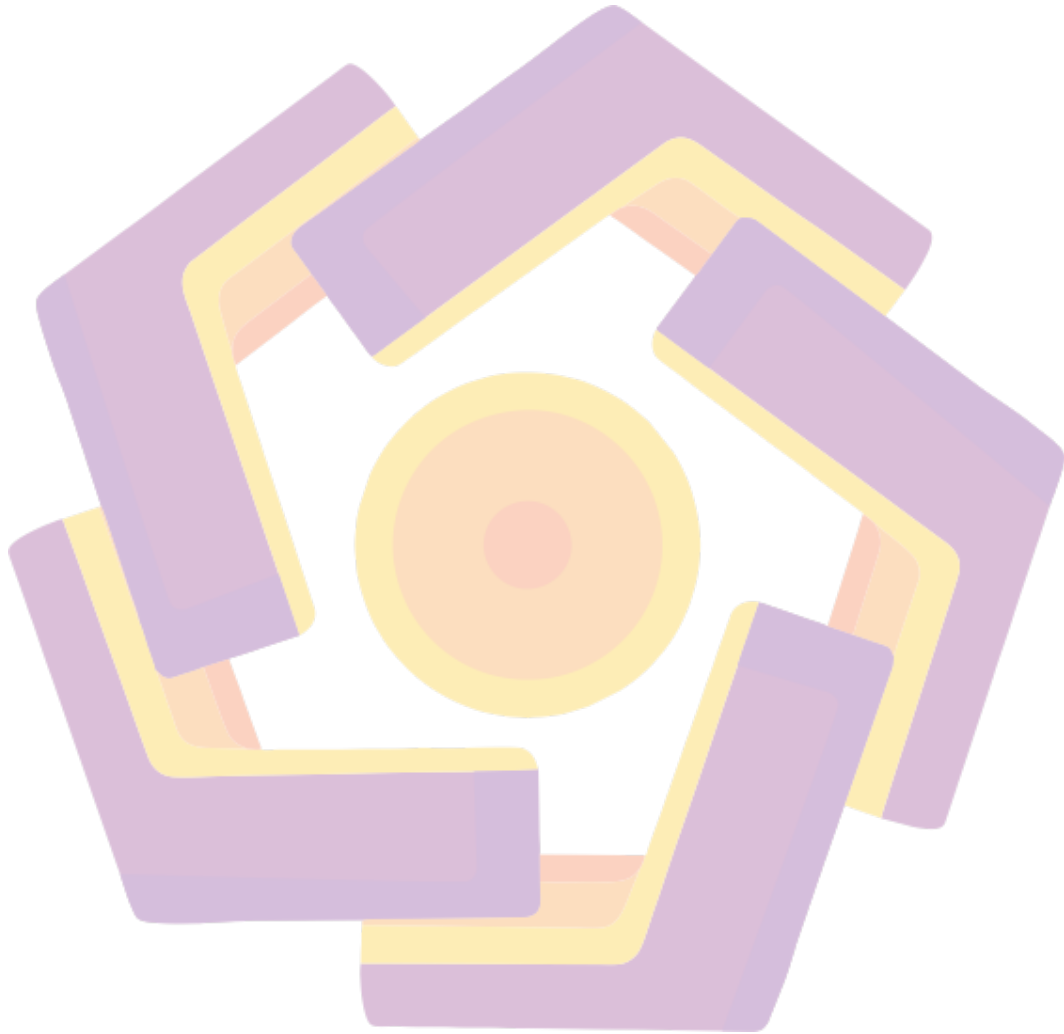


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2024.....	1
Gambar 1.2 Instagram @sayscorpio_id.....	5
Gambar 2.3.1 Kerangka Konsep .....	21
Gambar 4.1.1.1 Toko Offline Store Sayscorpio_id.....	28
Gambar 4.1.1.2 Logo Sayscorpio_id.....	29
Gambar 4.1.1.3 Contoh Frame Kacamata di Sayscorpio_id.....	29
Gambar 4.1.1.4 Akun Shopee Sayscorpio_id .....	30
Gambar 4.2.1 Profil Instagram Sayscorpio_id.....	32
Gambar 4.2.2 Fitur Unggah Foto dan Video Instagram @sayscorpio_id.....	34
Gambar 4.2.3 Stories Sayscorpio_id.....	35
Gambar 4.2.4 Caption Postingan Instagram @ sayscorpio_id.....	35
Gambar 4.2.5 Like & Comment Reels Instagram @sayscorpio_id.....	36
Gambar 4.2.6 Fitur Direct Message (DM).....	37

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat SIP .....	54
Lampiran 2 Balasan Surat SIP .....	55
Lampiran 3 Draft / Arsip dan Hasil Wawancara.....	56
Lampiran 4 Turnitin .....	62



## ABSTRAK

Kemajuan teknologi telah berkembang pesat di era zaman sekarang khususnya pada bidang informasi dan arus komunikasi. Akan tetapi, saat ini teknologi tidak hanya digunakan sebagai pertukaran informasi saja, melainkan sebagai sarana untuk mengembangkan sebuah bisnis melalui berbagai cara agar mendapatkan keuntungan dalam berbisnis. Salah satunya yaitu platform media sosial Instagram yang berperan sebagai sarana memperkenalkan, mempromosikan serta memasarkan sebuah produk. Platform ini dimanfaatkan oleh sebuah toko kacamata yakni Sayscorpio\_id untuk mempromosikan produk nya melalui akun @sayscorpio\_id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian deskriptif untuk menganalisis. Penelitian ini menerapkan teori AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, and Share*) yang dicetuskan oleh Dentsu. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *attention* instagram Sayscorpio\_id ditunjukkan dengan konten-konten yang *eye catching* dan menarik, *Interest* dengan memberikan *discount* produk, *Search* yakni *customer* mencari informasi lebih dalam, sehingga menimbulkan tahapan *Action* atau tindakan membeli. *Share* dilakukan dengan membagikan pengalaman *customer* setelah membeli produk Sayscorpio\_id. Pemanfaatan media sosial instagram dengan teori AISAS ini mampu meningkatkan minat beli pada toko kacamata Sayscorpio\_id.

Kata Kunci : Pemanfaatan Instagram, Instagram, Sayscorpio\_id, Minat Beli.

## ***ABSTRACT***

Technological advancements have rapidly evolved in today's era, especially in the fields of information and communication flow. However, currently technology is not only used as an exchange of information, but also as a means to develop a business through various ways to gain profits in doing business. One of them is the Instagram social media platform which acts as a means of introducing, promoting and marketing a product. This platform is used by an eyewear store, namely Sayscorpio\_id to promote its products through the @sayscorpio\_id account. This study uses a qualitative approach and descriptive research method for analysis. This study applies the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, and Share) theory put forward by Dentsu. The results of this study indicate that the attention of Sayscorpio\_id's Instagram is shown by eye-catching and interesting content, Interest by providing product discounts, Search, namely customers looking for more information, thus creating an Action or buying stage. Share is done by sharing customer experiences after buying Sayscorpio\_id products. The use of Instagram social media with the AISAS theory is able to increase buying interest in the Sayscorpio\_id eyewear store.

Keywords: Utilization of Instagram, Instagram, Sayscorpio\_id, Purchase Intention.

