

**PEMANFAATAN LIVE INSTAGRAM UD MADJOE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Oleh :

Muhammad Nazmi Ramadhan

18.96.0423

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

**PEMANFAATAN LIVE INSTAGRAM UD MADJOE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Oleh :

Muhammad Nazmi Ramadhan

18.96.0423

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMANFAATAN LIVE INSTAGRAM UD MADJOE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Nazmi Ramadhan
18.96.0423

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 10 juni 2025

Dosen Pembimbing,



Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom

NIK. 190302437

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMANFAATAN LIVE INSTAGRAM UD MADJOE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Nazmi Ramadhan

18.96.0423

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

26 Juni 2025

Nama Penguji

Angga Intan Mahendra Purbakusuma,
S.Sos., M.I.Kom.,
NIK. 190302339

Stani Asnita, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302364

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

Tanda Tangan

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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Entha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

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.

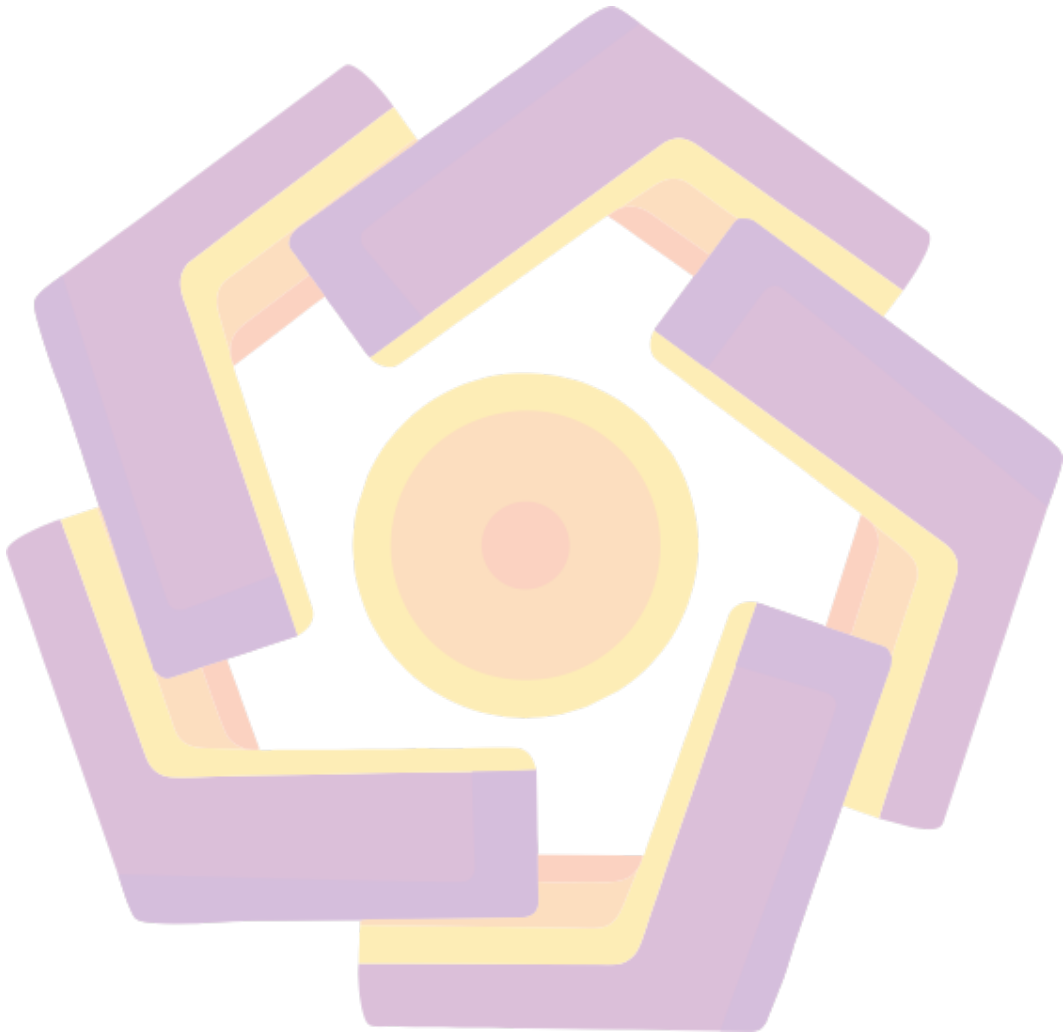
Yogyakarta, 10 Juni 2025



Muhammad Nazmi Ramadhan
18.96.0423

MOTTO

“Today Maybe Difficult, But Tomorrow Can Be Better”



KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menuntaskan skripsi yang diajukan sebagai salah satu kondisi buat menuntaskan program tingkatan satu (S1) di acara studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini dipergunakan menjadi bukti bahwa penyusun sudah melaksanakan serta menyelesaikan penelitian Skripsi. dalam proses penyusunan laporan ini penyusun menerima banyak bantuan berasal 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. Rivga Agusta, S.IP., M.A selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar setiap bimbingan.
5. UMKM UD Madjoe yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
6. Kepada kedua orang tua yang sayangi dan cintai yang selalu memberikan doa.
7. Kepada Mas Iphonk, Dedy, Deden, Tio dan Mas Rizky selaku informan yang bersedia membantu proses wawancara.
8. Kepada seluruh pihak rekan dan yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah mendukung penyelesaian skripsi.
9. Teman teman di Jogja yang selalu menghibur dan memberi semangat dalam pengerjaan skripsi.
10. Terkhusus untuk Angelika Lolita Sari yang sudah memberikan semangat untuk pengerjaan skripsi ini.

Yogyakarta, 10 Juni 2025

Muhammad Nazmi Ramadhan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	2
LEMBAR PERSETUJUAN	3
LEMBAR PENGESAHAN.....	4
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	5
MOTTO.....	6
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR ISI	8
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL	12
ABSTRACT	13
ABSTRAK.....	14
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Bab	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori SOME (The Circular Model of Some)	11
2.1.2 Media Promosi	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	18

3.1	Paradigma.....	18
3.2	Pendekatan Penelitian	19
3.3	Metode Penelitian.....	19
3.4	Sumber Data.....	20
3.5	Subjek Objek Penelitian.....	21
3.	6 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.7	Analisa Data	23
3.8	Validitas Data / Triangulasi	25
BAB IV.....		26
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		26
4.1	Hasil Penelitian	26
4.1.1	Profil Narasumber	27
4.1.1.1	Narasumber 1 (Owner).....	27
4.1.1.2	Narasumber 2 (Content Creator)	28
4.1.1.3	Narasumber 3 (Host)	29
4.1.1.4	Narasumber 4 (Konsumen Lama).....	29
4.1.1.5	Narasumber (Konsumen Baru).....	30
4.1.2	Ud Madjoe	31
4.1.3	Fitur Live Instagram	31
4.1.3.1	Fitur Komentar	32
4.1.3.2	Fitur Menyapa.....	33
4.1.3.3	Fitur Bergabung.....	34
4.1.3.4	Fitur Pertanyaan.....	35
4.1.3.5	Fitur Share.....	36
4.1.3.6	Fitur Filter	38
4.1.4	The Circular Model of SOME	39
4.1.4.1	Share	39
4.1.4.2	Optimize.....	40
4.1.4.3	Manage.....	41
4.1.4.4	Engage.....	42
4.2	Pembahasan.....	43

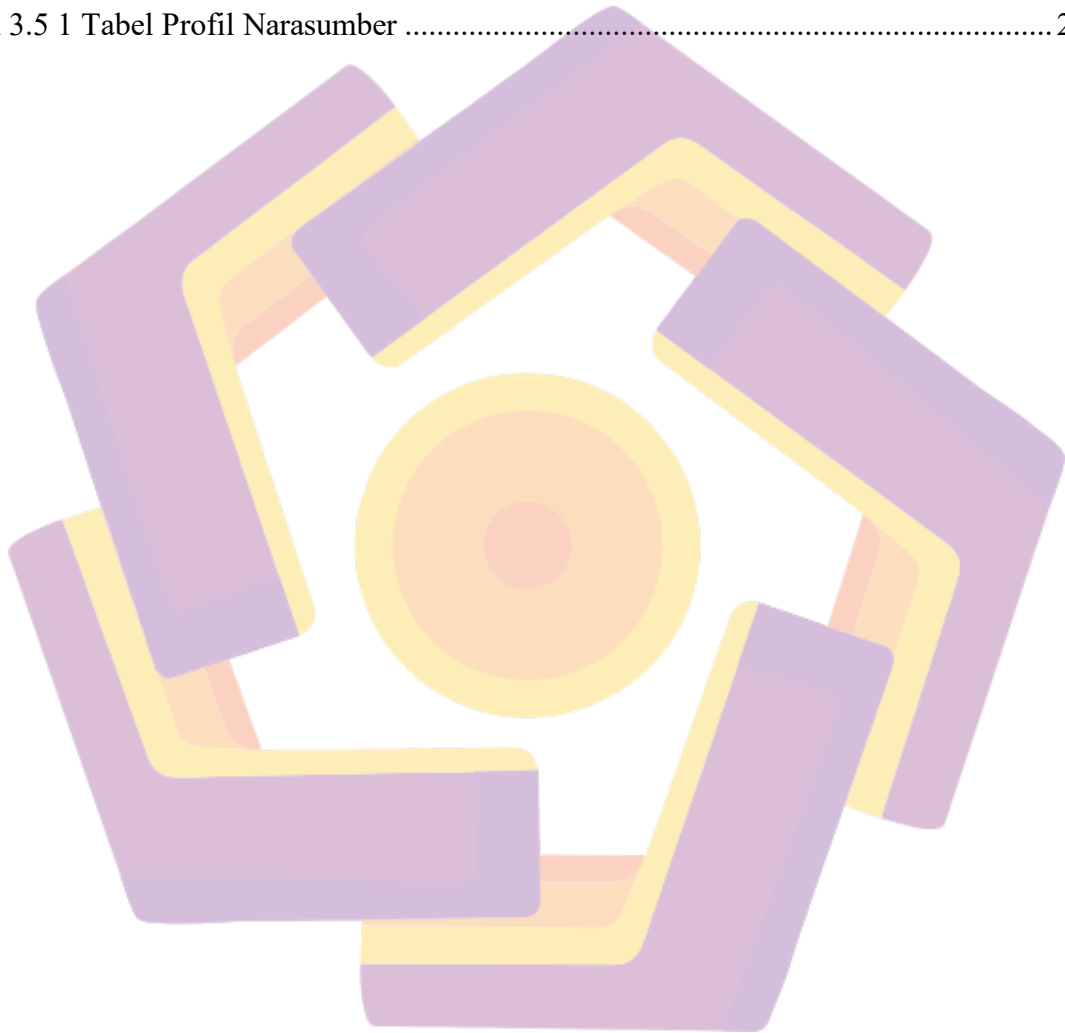
4.2.2	Fitur – Fitur Live Instagram.....	45
4.2.2	Pemanfaatan Live Instagram Ud Madjoe Sebagai Media Promosi Menggunakan Teori SOME.....	48
BAB V PENUTUP		51
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran	52
5.2.2	Kepada Pihak Fashion Enthusiast.....	52
5.2.3	Kepada Peneliti Selanjutnya	52
DAFTAR PUSTAKA.....		53
LAMPIRAN		55
Lampiran 1.....		55
INTERVIEW GUIDE.....		55
(Ud Madjoe)		55
1.	Ud Madjoe.....	56
2.	Fitur Live Instagram	57
3.	Share	59
4.	Optimize.....	60
5.	Manage.....	60
6.	Engage.....	61
Lampiran 2.....		61
Lampiran 3.....		63
TRANSKRIP WAWANCARA.....		63
Narasumber 1.....		63
Narasumber 5.....		69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram.....	4
Gambar 1. 3 Grafik Penjualan Ud Madjoe.....	6
Gambar 1. 4 Insight Instagram Ud Madjoe.....	7
Gambar 2. 1 Teori SOME.....	13
Gambar4.1.11 Wawancara Owner Ud Madjoe	29
Gambar 4.1.1 2 Wawancara Content Creator Ud Madjoe	29
Gambar 4.1.1 3 Wawancara Host Ud Madjoe	30
Gambar 4.1.1 4 Wawancara Konsumen Lama.....	31
Gambar 4.1.1 5 Wawancara Konsumen Baru	31
Gambar 4.2.2 1 Fitur Komentar	46
Gambar 4.2.2 2 Gambar Fitur Menyapa	46
Gambar 4.2.2 3 Fitur Bergabung	47
Gambar 4.2.2 4 Fitur Pertanyaan	47
Gambar 4.2.2 5 Fitur Share.....	48
Gambar 4.2.2 6 Fitur Filter	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2.3 1 Kerangka Pemikiran	18
Tabel 3.5 1 Tabel Profil Narasumber	23



ABSTRACT

Ud Madioe is one of the UMKM in the field of thrifting, especially used clothes, in its representation Ud Madioe uses Instagram live to help make sales. Ud Madioe is always live and always runs out even though Ud Madioe is classified as a new UMKM in the field of thrifting, that's what makes researchers interested in researching Ud Madioe. In this study, researchers use the constructivism paradigm. This aims to find out how Ud Madioe utilizes Ud Madioe's live Instagram as a promotional media. In this thesis, the method used is qualitative research with the SOME theory or The Circular Model of Some from Regina Luttrell. Consisting of Share, Optimize, Manage, and Involve. The results of this study are in the Share aspect Ud Madioe utilizes the Live feature which takes place every two weeks every Friday, Story updates for newly restocked items, Geotagging Yogyakarta Locations, using hashtags for each item that has not been sold, creating Highlights on the Instagram profile for unsold t-shirts, commenting and collaborating with other users with the aim of building and connecting with followers. The second aspect is Optimize Ud Madioe listens to suggestions and input from the audience as an evaluation for live. The third aspect is Manage by managing Instagram well, it can increase live productivity on Ud Madioe so that it remains valid and is trusted by the audience. The fourth aspect is Engage by responding to comments that come in during the live on Ud Madioe. It can be concluded that this aspect of the SOME theory is very helpful and suitable for application in this thesis research, namely the use of Ud Madioe's live Instagram as a promotional media.

Keywords: Live Instagram, SOME Theory, Ud Madioe

ABSTRAK

Ud Madjoe merupakan salah satu UMKM dibidang *thrifting* khususnya baju bekas, dalam penyampaianya Ud Madjoe menggunakan Instagram *live* untuk membantu melakukan penjualan. Ud madjoe selalu live dan selalu habis padahal ud madjoe tergolong UMKM yang baru di bidang *thrifting*. Hal itu yang membuat peneliti tertarik ingin meneliti ud madjoe. dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kerangka berpikir konstruktivisme. Hal ini bertujuan buat mencari memahami bagaimana Ud Madjoe memanfaatkan live instagram Ud Madjoe menjadi media kenaikan pangkat . di skripsi ini, metode yang dipergunakan artinya penelitian kualitatif menggunakan teori SOME atau The Circular contoh of Some dari Regina Luttrell. Terdiri dari Share, Optimize, Manage serta Engage. Hasil dari penelitian ini adalah pada aspek *Share* Ud Madjoe memanfaatkan fitur *Live* yang berlangsung dua minggu sekali setiap hari jumat, *Story update* barang yang baru *restock*, *Geotagging* Lokasi Yogyakarta, menggunakan *hashtag* setiap barang yang belum *sold*, membuat *Highlight* di profile instagram untuk kaos kaos yang belum *sold*, komentar dan berkolaborasi dengan pengguna lain dengan tujuan membangun dan terhubung dengan followers. Aspek kedua yaitu *Optimize* Ud Madjoe mendengarkan saran dan masukan dari audiens sebagai evaluasi untuk *live*. Aspek ketiga *Manage* dengan mengelola instagram dengan baik maka dapat meningkatkan produktivitas live di Ud Madjoe agar tetap valid sehingga dipercaya oleh audiens. Aspek keempat *Engage* dengan menganggapi komentar yang masuk pada saat live berlangsung di Ud Madjoe. Dapat disimpulkan bahwa aspek dari teori SOME ini sangat membantu dan cocok untuk diterapkan pada penelitian skripsi ini yaitu pemanfaatan live instagram Ud Madjoe sebagai media promosi.

Kata Kunci: Live Instagram, Teori SOME, Ud Madjoe