

**ANALISIS PENERAPAN INSTAGRAM API SEBAGAI
STRATEGI INTERNET MARKETING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI



disusun oleh

Denila Damayanti

16.21.0981

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

**ANALISIS PENERAPAN INSTAGRAM API SEBAGAI
STRATEGI INTERNET MARKETING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Denila Damayanti

16.21.0981

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN INSTAGRAM API SEBAGAI
STRATEGI INTERNET MARKETING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Denila Damayanti

16.21.0981

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 22 Maret 2017

Dosen Pembimbing,



Sri Ngudi Wahyuni, S.T., M.Kom.
NIK. 190302060

PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS PENERAPAN INSTAGRAM API SEBAGAI STRATEGI INTERNET MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Denila Damayanti

16.21.0981

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Agustus 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bambang Sudaryatno, Drs., M.M.
NIK. 190302029



Hartatik, S.T., M.Cs.
NIK. 190302232



Sri Ngudi Wahyuni, S.T., M.Kom.
NIK. 190302060

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 7 September 2017



Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah 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.

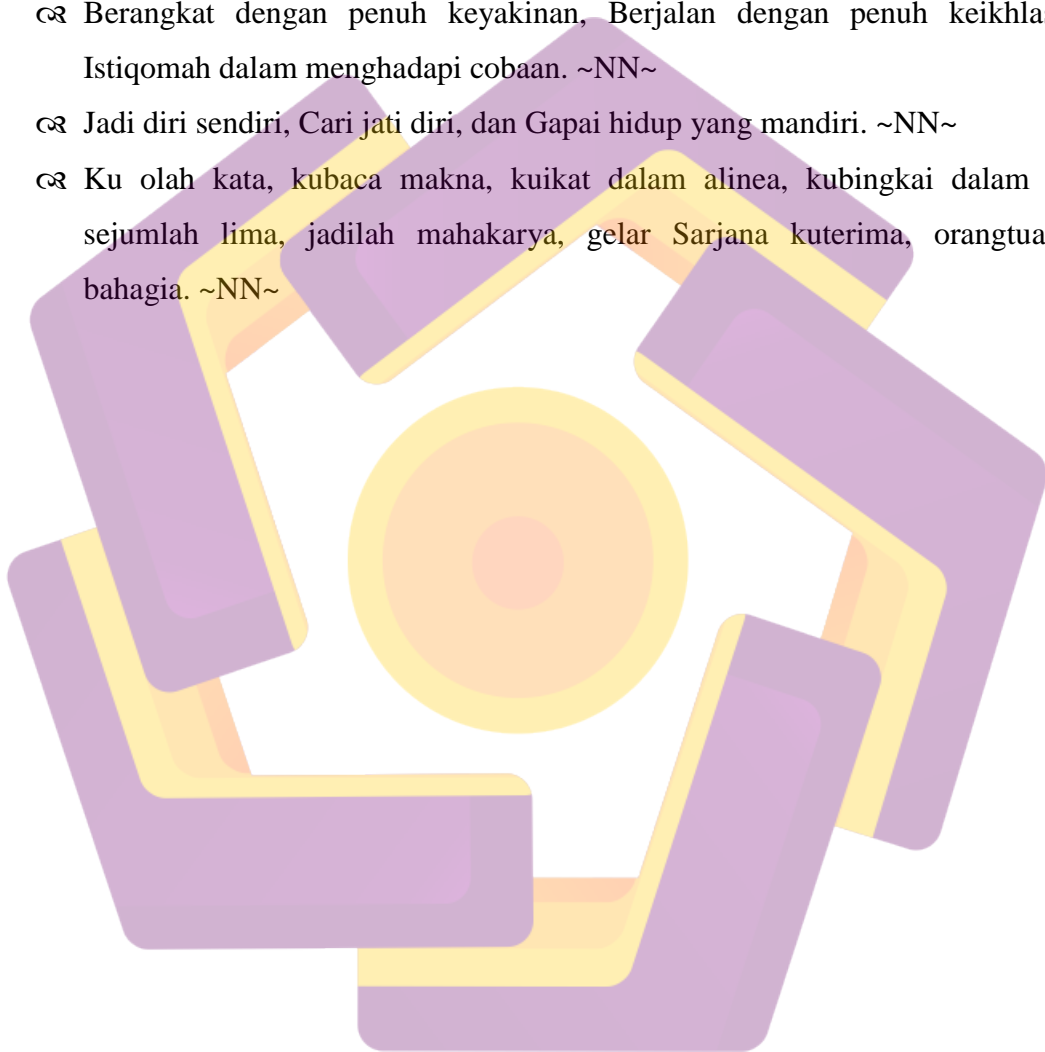
Yogyakarta, 7 September 2017

METERAI
TEMPEL
TGL
B9B95AEE480Z58316
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Denila Damayanti
NIK. 16.21.0981



MOTTO

- ☞ “Hai orang-orang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Al-Baqarah : 153).
- ☞ Berangkat dengan penuh keyakinan, Berjalan dengan penuh keikhlasan, Istiqomah dalam menghadapi cobaan. ~NN~
- ☞ Jadi diri sendiri, Cari jati diri, dan Gapai hidup yang mandiri. ~NN~
- ☞ Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar Sarjana kuterima, orangtuapun bahagia. ~NN~



PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT, atas segala nikmat hidup dan kesempatan menggenggam ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penyusunan Skripsi ini, banyak pihak yang membantu dan mendukung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mempersembahkan Skripsi ini, kepada :

- Orang tua tercinta, bapak Madani dan ibu Sugiyanti atas doa dan cinta kasih mereka, penulis dapat menyelesaikan dan mendapat gelar Sarjana.
- Dosen Pembimbing, ibu Yuni (Sri Ngudi Wahyuni, S.T., M.Kom.) yang sudah membantu melancarkan proses pembuatan naskah Skripsi dengan sikap keibuan dan penuh bimbingan.
- Adik tercinta, Bintang Mutiarajati, yang telah membantu doa dan mendengarkan curhatan, walaupun belum mengerti tentang skripsi.
- Keluarga besar dari keluarga ibu dan bapak, yang telah membantu doa, semoga selalu dilimpahkan rahmat dan berkah Allah.
- *Partner*, yang memberikan inspirasi, membantu dan mendukung dalam pembuatan Skripsi ini, Dimas Alan Wijaya.
- Teman-teman (teman lama, teman kampus, teman kerja, dan teman lainnya) yang selalu menanyakan Skripsi “Udah BAB berapa?”, sehingga mendorong penulis untuk segera menyelesaikannya. Doa dan dukungan kalian menguatkan niat menyelesaikan Skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur mendalam penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya maka Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Salam dan salawat semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW.

Skripsi yang berjudul “Analisis Penerapan Instagram Api Sebagai Strategi Internet Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan”, penulis susun untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Saran dan kritik yang membangun, sangat diharapkan dalam penyempurnaan Skripsi ini.

Terakhir penulis berharap, semoga Skripsi ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis.

Yogyakarta, 7 September 2017

Penulis

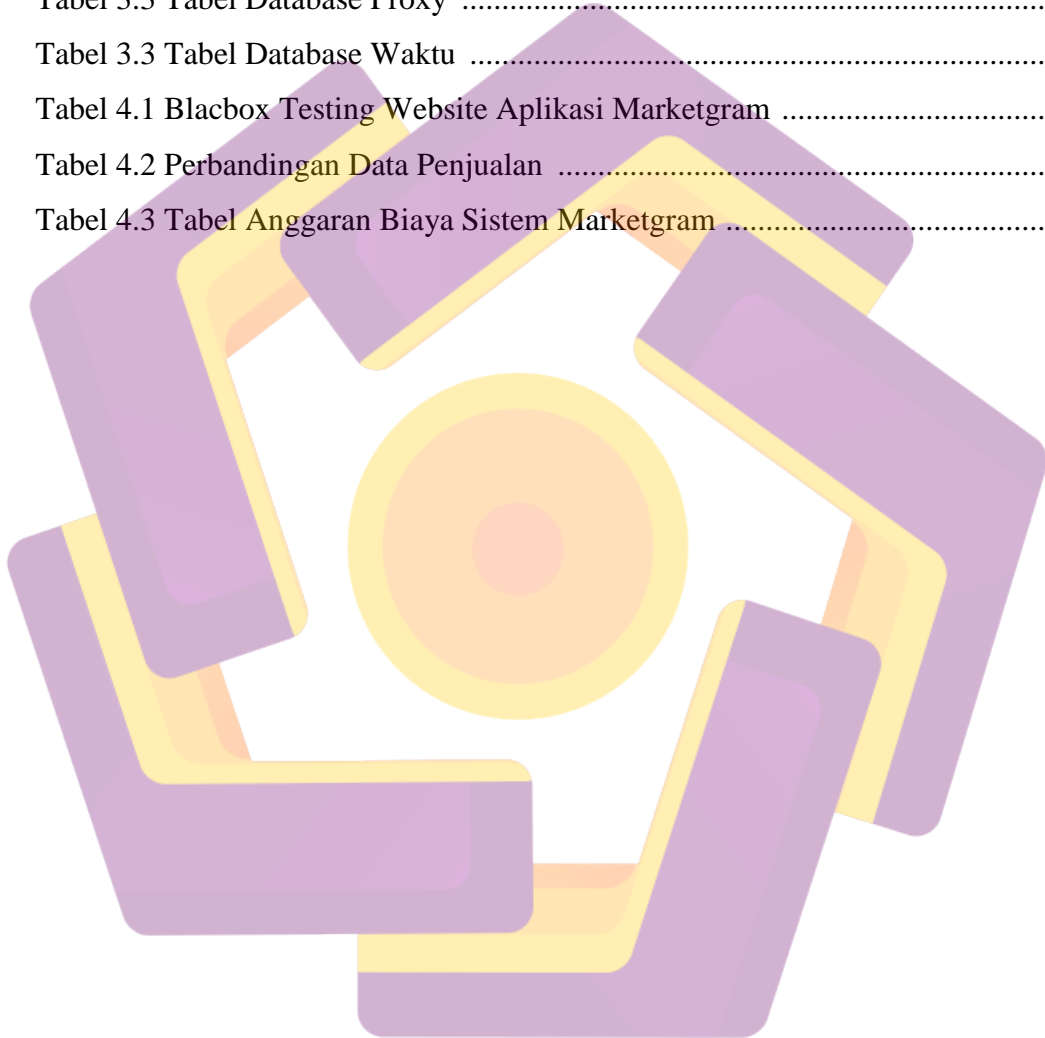
DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Instagram.....	10
2.3 Instagram API	11
2.4 Internet Marketing.....	13
2.5 <i>Unified Modeling Language</i> (UML).....	14
2.6 Pengembangan Sistem Metode <i>Prototyping</i>	16
2.7 Metode Analisis Observasi	17

2.8 <i>Software</i> dan Bahasa Pemrograman yang Digunakan	18
2.8.1 Sublime Text 3	18
2.8.2 XAMPP	18
2.8.3 PHP (<i>Hypertext Preprocessor</i>)	19
2.8.4 CodeIgniter	19
2.8.5 MySQL	21
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	22
3.1 Analisis Sistem.....	22
3.1.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	22
3.1.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	23
3.1.3 Kebutuhan <i>Hardware</i>	23
3.2 Perancangan Sistem	23
3.2.1 Rancangan UML (<i>Unifed Modeling Language</i>)	24
3.2.2 Rancangan Basis Data	40
3.2.3 Rancangan Anatrmuka	41
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Implementasi Sistem	46
4.1.1 Algoritma Sistem	47
4.1.2 Implementasi Program dan Antarmuka	47
4.1.3 Implemnatasi Basis Data	60
4.1.4 Kemanan Sistem	61
4.2 Uji Coba Sistem	63
4.2.1 Uji Coba Sistem dengan <i>Blackbox Testing</i>	63
4.2.2 Hasil Data	66
4.3 Metode Pengembangan dan Pemeliharaan Sistem.....	69
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Cara Promosi Media Sosial.....	2
Tabel 3.1 Tabel Database Account	40
Tabel 3.2 Tabel Database Member	40
Tabel 3.3 Tabel Database Proxy	41
Tabel 3.3 Tabel Database Waktu	41
Tabel 4.1 Blacbox Testing Website Aplikasi Marketgram	63
Tabel 4.2 Perbandingan Data Penjualan	67
Tabel 4.3 Tabel Anggaran Biaya Sistem Marketgram	70

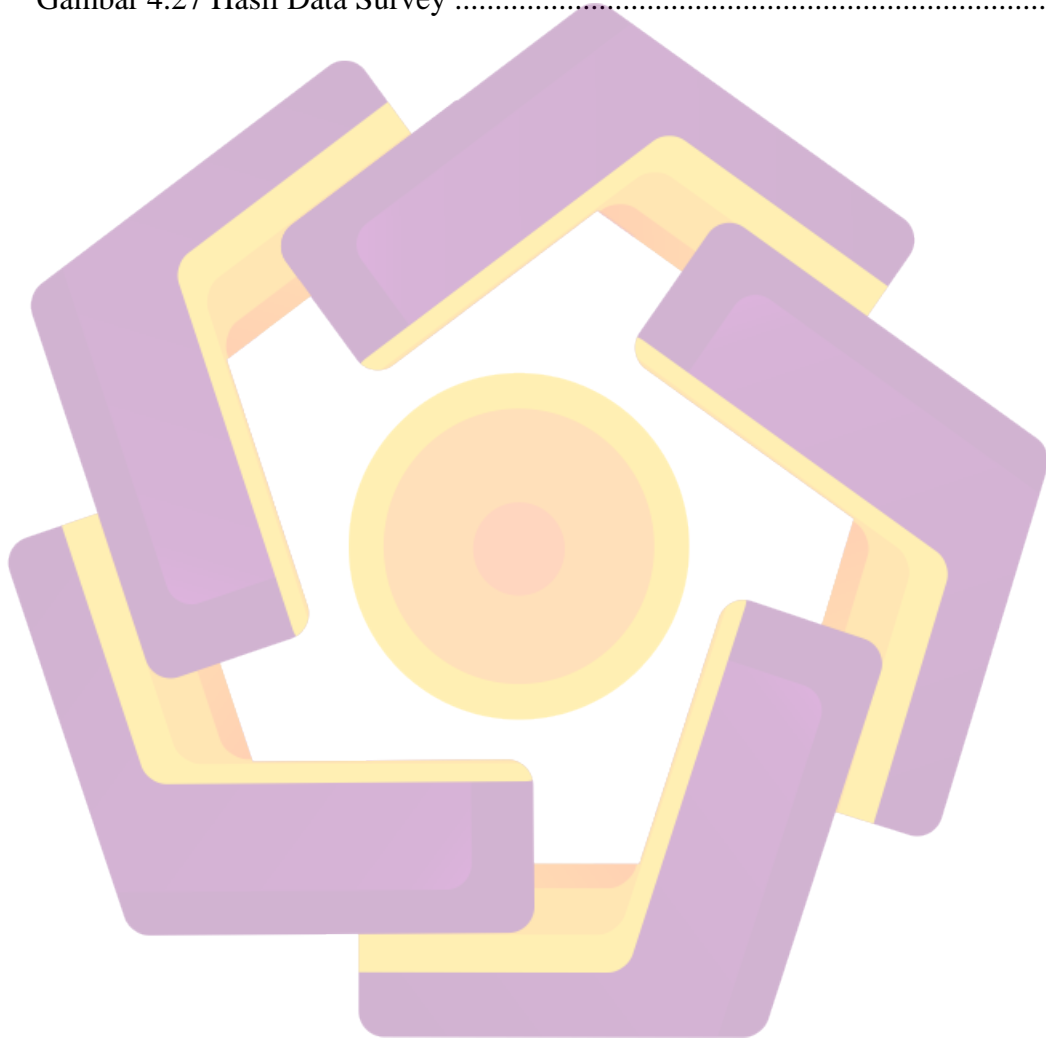


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistika Perilaku Pengguna Internet Indonesia	3
Gambar 2.1 Logo Instagram	10
Gambar 2.2 Contoh Usecase Diagram	14
Gambar 2.3 Contoh Activity Diagram	15
Gambar 2.4 Contoh Class Diagram	15
Gambar 2.5 Contoh Sequence Diagram.....	16
Gambar 3.1 Usecase Diagram Marketgram	24
Gambar 3.2 Activity Diagram Signup	25
Gambar 3.3 Activity Diagram Login	25
Gambar 3.4 Activity Diagram Like	26
Gambar 3.5 Activity Diagram Follow	27
Gambar 3.6 Activity Diagram Unfollow	28
Gambar 3.7 Activity Diagram Saling Follow	29
Gambar 3.8 Activity Diagram Upload Media.....	30
Gambar 3.9 Activity Diagram Menejemen Akun Instagram.....	31
Gambar 3.10 Activity Diagram Menejemen Profil.....	32
Gambar 3.11 Activity Diagram Panduan	32
Gambar 3.12 Activity Diagram Logout	33
Gambar 3.13 Sequence Diagram Signup	33
Gambar 3.14 Sequence Diagram Login	34
Gambar 3.15 Sequence Diagram Like	35
Gambar 3.16 Sequence Diagram Follow	35
Gambar 3.17 Sequence Diagram Unfollow	36
Gambar 3.18 Sequence Diagram Saling Follow	36
Gambar 3.19 Sequence Diagram Upload Media.....	37
Gambar 3.20 Sequence Diagram Menejemen Akun Instagram.....	37
Gambar 3.21 Sequence Diagram Menejemen Profil.....	38
Gambar 3.22 Sequence Diagram Panduan	38
Gambar 3.23 Sequence Diagram Logout	39

Gambar 3.24 Class Diagram Marketgram	39
Gambar 3.25 Rancangan Interface Signup.....	41
Gambar 3.26 Rancangan Interface Login	42
Gambar 3.27 Rancangan Interface Like.....	42
Gambar 3.28 Rancangan Interface Follow.....	43
Gambar 3.29 Rancangan Interface Unfollow.....	43
Gambar 3.30 Rancangan Interface Saling Follow	44
Gambar 3.31 Rancangan Interface Upload Media.....	44
Gambar 3.32 Rancangan Interface Menejemen Akun Instagram	45
Gambar 3.33 Rancangan Interface Menejemen Profil.....	45
Gambar 4.1 Algoritma Sistem Marketgram	47
Gambar 4.2 Halaman Login	48
Gambar 4.3 Coding Controller Login	48
Gambar 4.4 Halaman Sign up	49
Gambar 4.5 Coding Controller Sign up	49
Gambar 4.6 Halaman Index	50
Gambar 4.7 Halaman Fitur Like	51
Gambar 4.8 Coding Fitur Like	51
Gambar 4.9 Halaman Fitur Follow	52
Gambar 4.10 Coding Fitur Follow	53
Gambar 4.11 Halaman Fitur Unfollow	54
Gambar 4.12 Coding Fitur Unfollow	54
Gambar 4.13 Halaman Fitur Saling Follow	55
Gambar 4.14 Coding Fitur Saling Follow	55
Gambar 4.15 Halaman Fitur Upload Media	56
Gambar 4.16 Coding Fitur Upload Media part 1	57
Gambar 4.17 Coding Fitur Upload Media part 2	57
Gambar 4.18 Halaman Fitur Menejemen Akun Instagram.....	58
Gambar 4.19 Coding Fitur Tambah dan Hapus Menejemen Akun	58
Gambar 4.20 Halaman Fitur Menejemen Profil.....	59
Gambar 4.21 Coding Fitur Ubah Menejemen Profil	59

Gambar 4.22 Hasil Tabel Account	60
Gambar 4.23 Hasil Tabel Member	60
Gambar 4.24 Hasil Tabel Proxy	61
Gambar 4.25 Hasil Tabel Waktu	61
Gambar 4.26 Diagram Kenaikan Penjualan Gradflorist	68
Gambar 4.27 Hasil Data Survey	68



INTISARI

Internet marketing merupakan pemasaran yang dilakukan melalui internet, pemasaran dapat berupa penjualan, promosi, branding, dan membina hubungan dengan konsumen secara online. Pemasaran melalui online dapat dilakukan di media sosial atau market place besar, salah satu media sosial yang sedang naik daun adalah instagram. Melalui instagram, orang-orang dapat melakukan branding, promosi, ataupun penjualan, serta banyak toko online yang melakukan pemasarannya di instagram. Namun, yang dilakukan penjual online hanya memanfaatkan fitur posting gambar menggunakan *hashtag*, sedang Instagram memiliki fitur-fitur yang dapat digunakan untuk menarik perhatian pelanggan selain dari gambar yang diposting, yaitu fitur *follow*, fitur *like*.

Jumlah *followers*, jumlah *like* dan jumlah *posting* dari suatu akun toko online di Instagram dapat meningkatkan minat beli pelanggan yang berpengaruh pada peningkatan penjualan. Maka, penulis memiliki solusi, yaitu membuat suatu website aplikasi dengan mengoptimalkan fitur-fitur yang telah disediakan oleh Instagram untuk meningkatkan penjualan suatu toko online dengan strategi *branding*. Aplikasi ini dirancang menggunakan UML (*Unified Modeling Language*) yaitu, Use case diagram, Activity diagram, Sequence diagram dan Class diagram. Bahasa pemrograman yang digunakan, yaitu PHP dengan *framework* CI (*Codeigniter*), MySQL untuk pengolahan database, dan Instagram API (*Application Programming Interface*) untuk mengambil data pada intagram, serta menjalankan fungsi *cronjob* agar proses yang terjadi fitur utama berjalan pada *background* sehingga pengguna tidak perlu menunggu proses yang lama.

Diharapkan fitur-fitur yang terdapat pada website aplikasi tersebut dapat meningkatkan konversi penjualan toko online di Instagram yang dipadukan dengan teknik pemasaran online (*internet maketing*).

Kata kunci : API Instagram, *Internet Marketing*, *Codeigniter*, *PHP*

ABSTRACT

Internet marketing is a promoting over the internet, marketing can be in the form of sales, promotion, branding, and foster relationships with consumers online. Marketing online can be done in social media or big market place, one of the social media on the rise is Instagram. Through instagram, people can do branding, promotion, or sales, as well as many online stores that do marketing on instagram. However, online sellers only use the feature of posting images using hashtags, while Instagram has features that can be used to attract the attention of the customers apart from the posted image, the follow feature, feature like

The number of followers, the number of likes and the number of positng from an online store account in Instagram can increase the buying interest of the customers that influence the sales increase. So, the author has a solution, which is to create an application website by optimizing the features that have been provided by Instagram to increase sales an online store with branding strategy. This application is designed using UML (Unified Modeling Language) such as, Use case diagrams, Activity diagrams, Sequence diagrams and Class diagrams. The programming language used is PHP with CI (Codeigniter) framework, MySQL for database processing, and Instagram API (Application Programming Interface) to retrieve data on the intagram, and run the cronjob function to process the main feature running on the background so users do not need waiting for the long process.

It is expected that the features contained on the website of the application can increase the conversion of online store sales in Instagram combined with online marketing techniques (internet maketing).

Keyword : Instagram API, Internet Marketing, Codeigniter, PHP