

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM TALKSHOW
TALKCATION**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Sosial pada Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas AMIKOM Yogyakarta



Oleh

MUHAMMAD TAUFIQURRAHMAN

NIM : 18.96.0826

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2021**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM TALKSHOW
TALKCATION**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Sosial pada Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas AMIKOM Yogyakarta



Oleh

MUHAMMAD TAUFIQURRAHMAN

NIM : 18.96.0826

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM TALKSHOW
TALKCATION**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Taufiqurrahman

18.96.0826

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 21 Desember 2021



Riski Damastuti, S.sos., M.A

NIK. 190302475

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM TALKSHOW
TALKCATION**

Muhammad Taufiqurrahman

18.96.0826

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Desember 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302364

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

Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom
NIK. 19030436



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 21 Desember 2021

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom
NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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, 21 Desember 2021



Muhammad Taufiqurrahman
18.96.0826

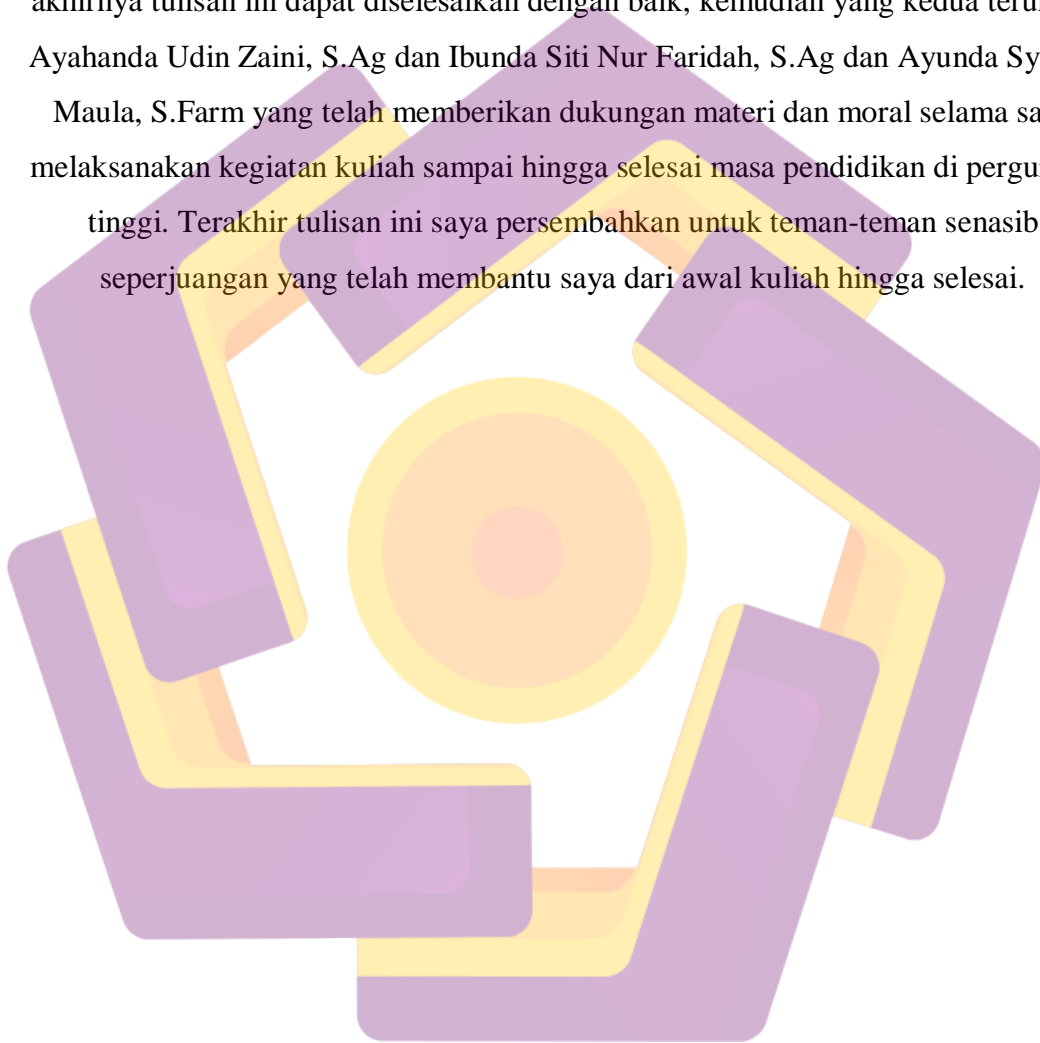
MOTTO

“Sebaik-baik manusia adalah manusia yang bermanfaat bagi manusia lainnya”



PERSEMBAHAN

Skripsi atau tugas akhir ini dipersembahkan utamanya untuk diri saya sendiri yang telah menyelesaikan tulisan penelitian ini dan telah melalui banyak rintangan hingga akhirnya tulisan ini dapat diselesaikan dengan baik, kemudian yang kedua teruntuk Ayahanda Udin Zaini, S.Ag dan Ibunda Siti Nur Faridah, S.Ag dan Ayunda Syifaul Maula, S.Farm yang telah memberikan dukungan materi dan moral selama saya melaksanakan kegiatan kuliah sampai hingga selesai masa pendidikan di perguruan tinggi. Terakhir tulisan ini saya persembahkan untuk teman-teman senasib seperjuangan yang telah membantu saya dari awal kuliah hingga selesai.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM TALKSHOW TALKCATION” pada waktu yang tepat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulis sudah berupaya semaksimal mungkin menyelesaikan skripsi ini agar menghasilkan hasil yang baik, akan tetapi penulis memahami bahwa tulisan ini tidak sepenuhnya sempurna serta memiliki banyak kekurangan yang terdapat pada tulisan ini. Penulis juga dengan senang hati menerima kritik serta saran agar menjadikan skripsi ini jauh lebih baik.

Penulis juga menyadari bahwa tulisan ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Penulis juga mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada :


1. Ayahanda Udin Zaini, S.Ag dan Siti Nur Faridah, S.Ag sebagai orang tua penulis, serta Ayunda Syifaul Maula, S.Farm selaku kakak dari penulis, yang telah memberikan banyak bantuan moral dan materi, sehingga penulis dapat menyelesaikan masa pendidikan di perguruan tinggi hingga berhasil mendapatkan gelar.
2. Bapak Prof. Muhammad Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

5. Ibu Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom selaku dosen wali penulis selama masa perkuliahan, terima kasih atas bimbingan serta masukan selama penulis menempuh masa perkuliahan.
6. Ibu Riski Damastuti, S.sos., M.A selaku dosen pembimbing skripsi penulis, terima kasih atas segala bimbingan, motivasi, saran, masukan, serta waktu yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan pada waktu yang tepat.
7. Semua pihak eksternal yang telah membantu jalannya program talkshow TalkCation, pihak Unit Pelayanan Teknis Universitas AMIKOM Yogyakarta, Epic Sound Creative, Sumunar Band, serta semua bintang tamu yang telah bersedia memberikan waktunya untuk program talkshow TalkCation.
8. Mas Herlangga, Mas Yudi, Mba Aulia, Mba Nida, dan Mba Twenty selaku perwakilan tim TalkCation sebelumnya yang telah memberikan bimbingan serta arahan untuk produksi TalkCation yang terbaru ini.
9. Teman-teman tim Sengkuyung Pictures, Bagas Dian Irfano, Bagas Satrio Aji, Ganjar Wicaksono Aji, Denis Dwi Surya Atmaja, Williem, Setya Kemal Akhtar, Risa Miftahul Jannah, Dini Andriani, dan Yuni Anjarwati yang turut bahu membahu, berusaha sebaik mungkin, serta bertanggung jawab penuh dengan apa yang sudah dikerjakan selama produksi TalkCation berlangsung.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi 7 yang telah memberikan bantuan serta dukungan selama masa pendidikan penulis
11. Teman-teman Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Wates, Kulon Progo yang telah memberikan dukungan serta motivasi selama penulis menempuh pendidikan.

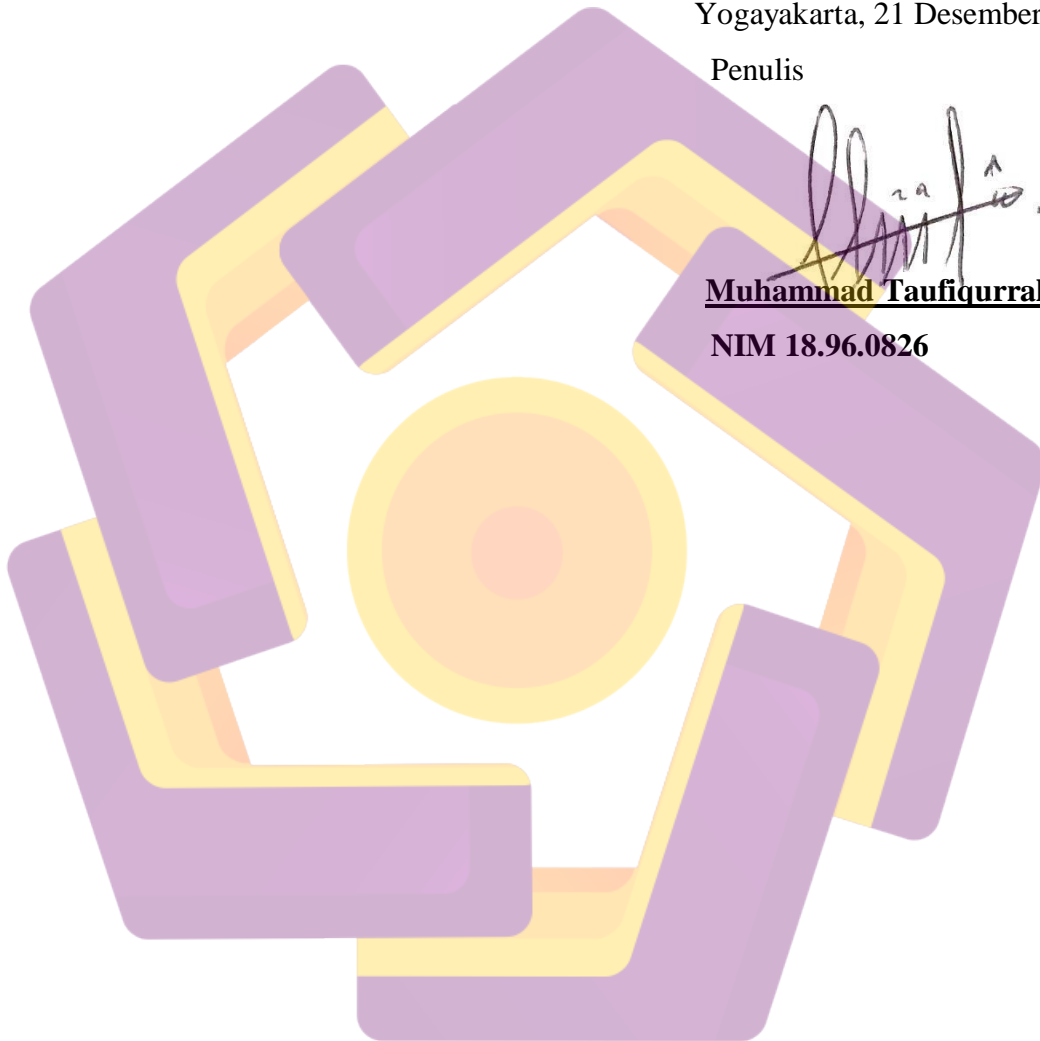
Sekali lagi terima kasih banyak penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini pada waktu yang tepat. Harapan penulis, skripsi ini dapat berguna bagi penulis kedepannya serta bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 21 Desember 2021

Penulis



Muhammad Taufiqurrahman
NIM 18.96.0826

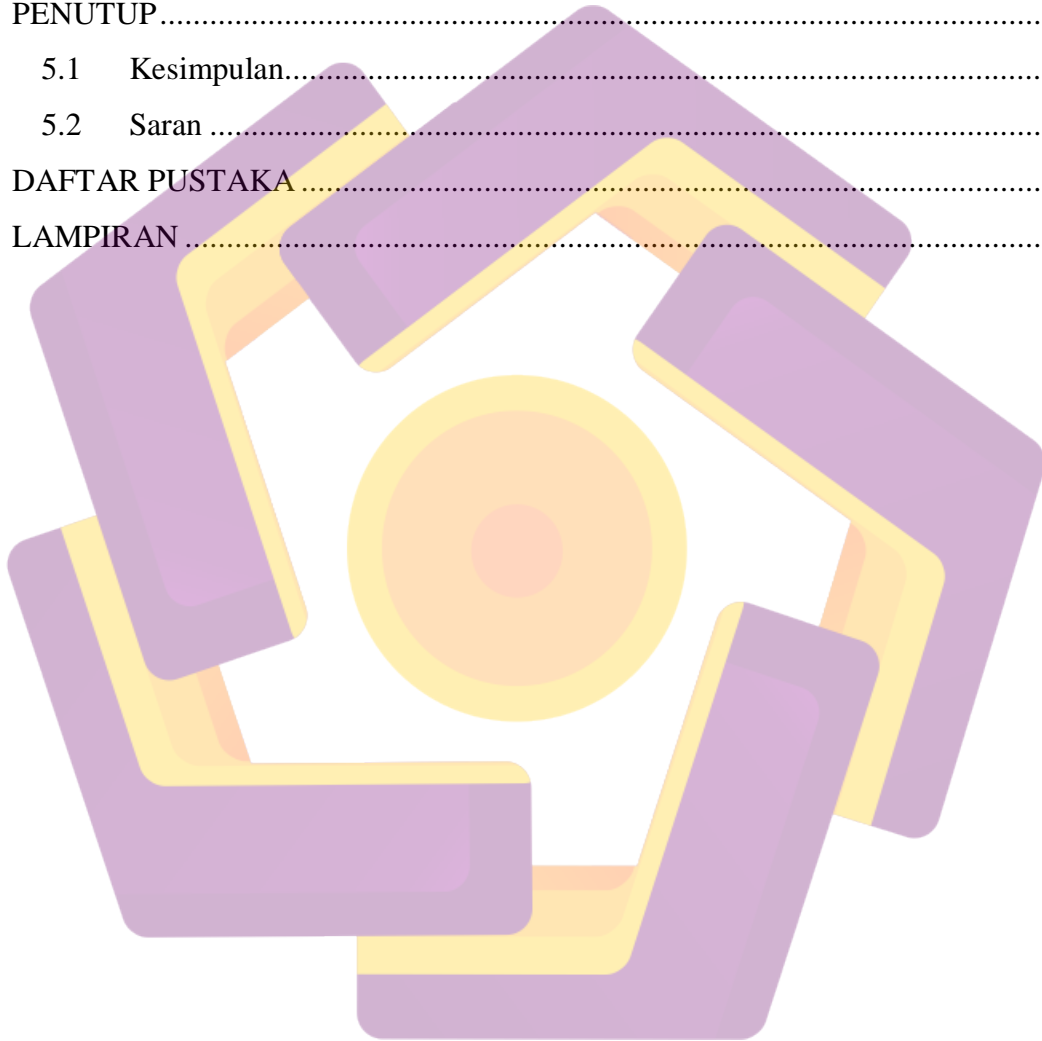


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Masalah dan Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat (Praktis dan Akademis).....	5
1.5 Metode: Studi Kasus (Pendekatan Kualitatif).....	5
a. Jenis Penelitian.....	5
b. Teknik Pengumpulan data.....	8
c. Instrumen Penelitan.....	8
d. Informan Penelitian.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 New Media.....	10

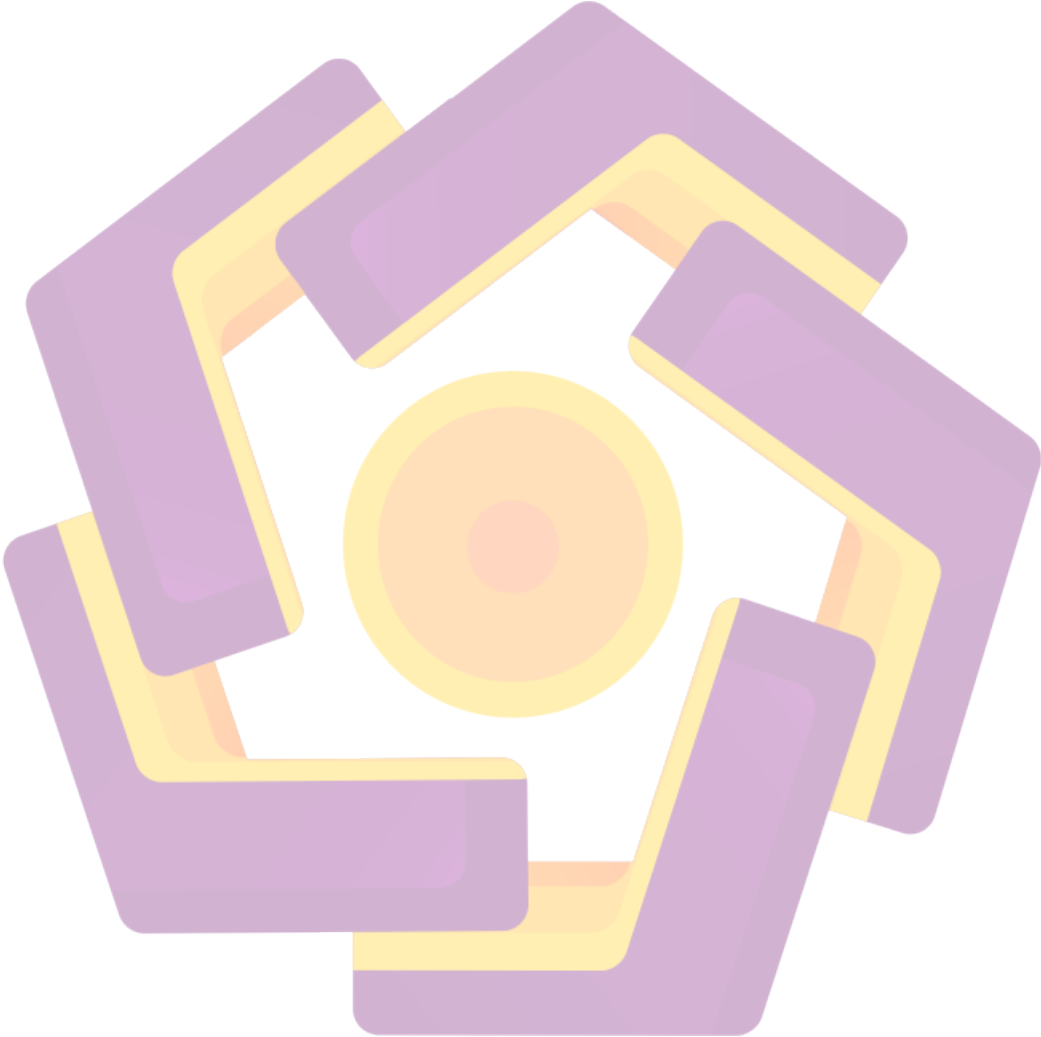
2.2	Media Sosial.....	11
a.	Media Sosial.....	11
b.	Fungsi Media Sosial.....	12
c.	Manfaat Media Sosial.....	13
d.	Instagram.....	14
2.3	<i>Digital Marketing Communication</i>	17
2.4	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 1	20
BAB III	24
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN & POSISI MAHASISWA MAGANG	24
1.1	Profil Perusahaan.....	24
1.2	TalkCation.....	25
1.3	Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait.....	25
1.4	Kedudukan dan Kordinasi.....	26
1.5	Tugas yang Dilakukan.....	26
BAB IV	28
ANALISIS DESKRIPTIF	28
4.1	Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Program Talkshow TalkCation.....	28
4.2	Perencanaan Unggahan Instagram Talkshow Talkcation.....	30
a.	Jenis Unggahan.....	30
b.	Desain Konten.....	32
c.	Hari dan Jam Unggahan.....	33
4.3	Penggunaan Fitur Instagram dalam Unggahan Akun @talkcation.....	37
a.	<i>Instagram Stories</i>	37
b.	<i>Caption</i>	38
c.	Komentar.....	39
d.	<i>Direct Message</i>	39
e.	<i>Feed</i> Unggahan.....	40

f. Like	41
g. <i>Hashtag</i>	42
h. Geotagging	43
BAB V.....	44
PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan.....	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	49



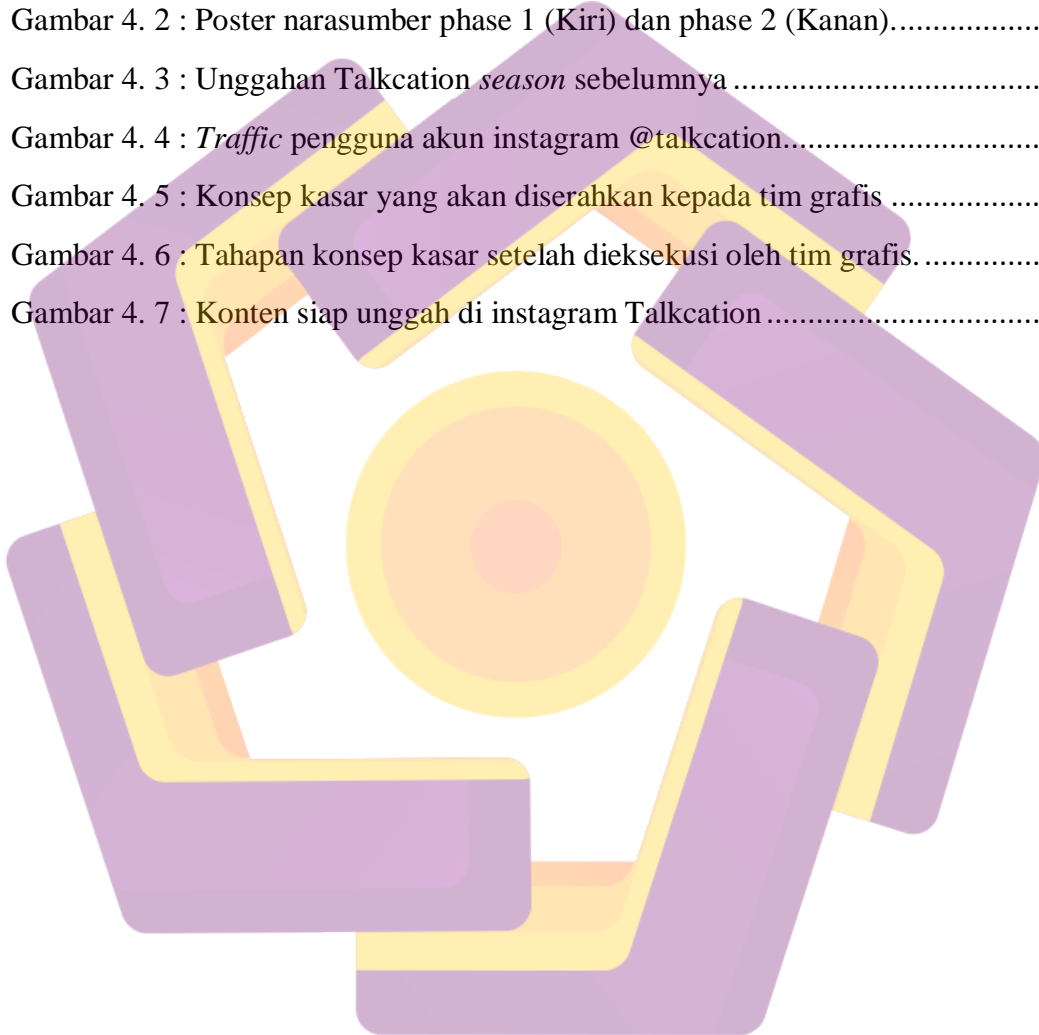
DAFTAR TABEL

Tabel 1.....21



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 : Logo RBTV.....	24
Gambar 4. 1: Unggahan konten "COMING BACK".....	29
Gambar 4. 2 : Poster narasumber phase 1 (Kiri) dan phase 2 (Kanan).....	31
Gambar 4. 3 : Unggahan Talkcation <i>season</i> sebelumnya.....	32
Gambar 4. 4 : <i>Traffic</i> pengguna akun instagram @talkcation.....	34
Gambar 4. 5 : Konsep kasar yang akan diserahkan kepada tim grafis.....	35
Gambar 4. 6 : Tahapan konsep kasar setelah dieksekusi oleh tim grafis.....	36
Gambar 4. 7 : Konten siap unggah di instagram Talkcation.....	37



INTISARI

Teknologi menjadi salah satu bagian penting yang ditemukan oleh manusia sesuai dengan berkembangnya zaman. Contohnya seperti penemuan alat hiburan yaitu televisi dan radio, lalu alat komunikasi seperti handphone yang kemudian bertransformasi menjadi smartphone. Penemuan teknologi internet menjadi alasan mengapa hal-hal diatas bisa terjadi. Media sosial instagram menjadi salah satu produk yang muncul pasca hadirnya internet, hal yang sama juga diterapkan oleh program acara talkshow TalkCation yang menggunakan instagram sebagai salah satu media komunikasi pemasaran acara tersebut. Untuk itu, penelitian ini dibuat untuk menganalisis bagaimana TalkCation sebagai salah satu acara di televisi lokal memanfaatkan media sosial instagram sebagai salah satu media komunikasi pemasaran digital yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi kasus TalkCation RBTv Jogja, dengan melakukan teknik Talkcation mampu memanfaatkan serta memaksimalkan media sosial instagram serta fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi instagram dan mengalami peningkatan pada jumlah pengikut yang mengakibatkan naiknya kunjungan profile akun instagram Talkcation.

Kata kunci: Pemanfaatan, Media sosial, Instagram, Komunikasi Pemasaran Digital, Talkcation

ABSTRACT

Technology has become one of the important parts that humans have discovered in accordance with the times. For example, the invention of entertainment tools, namely television and radio, then communication tools such as cellphones which were later transformed into smartphones. The discovery of internet technology is the reason why the things above can happen. Instagram social media became one of the products that emerged after the advent of the internet, the same thing was also applied by the TalkCation talk show program which used Instagram as one of the marketing communication media for the event. For this reason, this study was made to analyze how TalkCation as an event on local television utilizes Instagram social media as one of the digital marketing communication media used. This study uses a qualitative research method with a case study of TalkCation RBTV Jogja, by carrying out the Talkcation technique being able to utilize and maximize Instagram social media and the features contained in the Instagram application and experience an increase in the number of followers which results in an increase in Talkcation's Instagram account profile visits.

Keyword: *Utilization, Sosial Media, Instagram, Digital Marketing Communication, Talkcation*