



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PROSES PERENCANAAN KONTEN INSTAGRAM
SEBAGAI SALAH SATU MEDIA SOSIAL DALAM
MEMBANTU DIGITAL MARKETING**

Skripsi



Diajukan guna memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Wilton Antonius

13140110017

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA JOURNALISM
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Proses Perencanaan Konten Instagram Sebagai Salah Satu Media Sosial dalam
Membantu Digital Marketing

Oleh

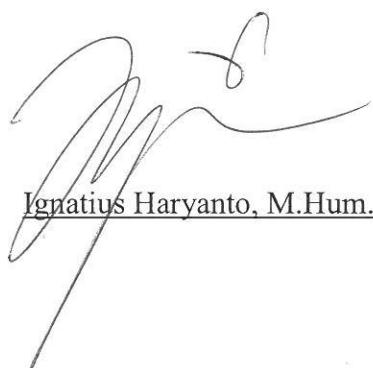
Wilton Antonius

Telah diujikan pada Jumat, 02 Februari 2018

Pukul 13.00 s.d 14.30 WIB dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



Ignatius Haryanto, M.Hum.

Penguji Ahli



Cherry Kartika, S.IP., M.Ikom.

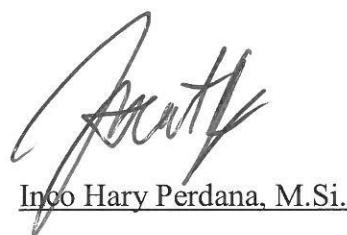
Dosen Pembimbing



Dr. B. Guntarto, M.A.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Inco Harry Perdana, M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN SKRIPSI

Dengan ini saya,

Nama : Wilton Antonius

NIM : 13140110017

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Multimedia Jurnalistik

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

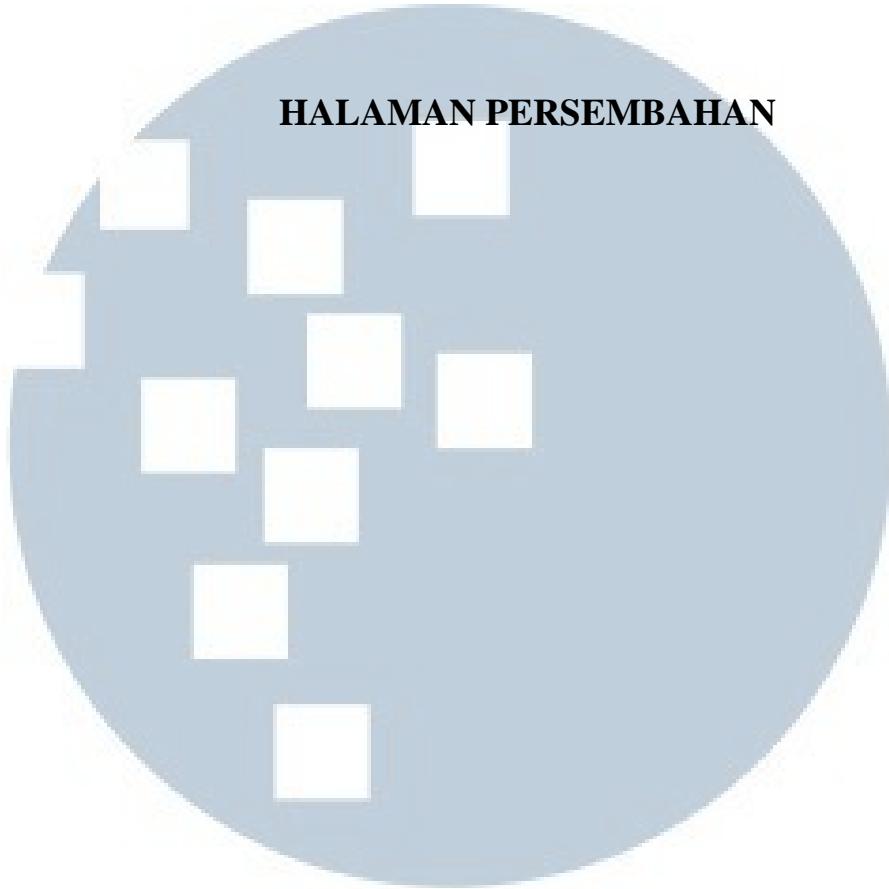
Jika di kemudian hari ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi, maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Februari 2018



Wilton Antonius

HALAMAN PERSEMPAHAN



“In family life, love is the oil that eases friction, the cement that binds closer together, and the music that brings harmony.”
— Eva Burrows

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Dipersembahkan untuk kedua orang tua dan adik saya tercinta.
Terima kasih untuk segala bentuk dukungan dan kasih sayang
yang selalu diberikan kepada saya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Proses Perencanaan Konten Instagram Sebagai Salah Satu Media Sosial dalam Membantu Digital Marketing”. Skripsi ini diajukan untuk Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis ingin berterima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara atas kesempatan belajar yang diberikan bagi penulis, baik dalam bidang akademik maupun non akademik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Boby Guntarto, M.A yang telah membimbing dengan baik sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Inco Hary Perdana, M.Si yang telah memberikan pengesahan dan kelulusan dalam skripsi penulis.
3. Ignatius Haryanto, M.Hum. yang telah memberikan pengesahan dan kelulusan dalam skripsi penulis.
4. Cherry Kartika, S.IP., M.Ikom. yang telah memberikan pengesahan dan kelulusan dalam skripsi penulis.
5. Kedua orang tua serta adik penulis yang selalu memberi semangat dan dukungan.
6. Athalia Ivony Oeni yang selalu setia membantu dan menemani ketika proses penggerjaan skripsi ini.

7. Ricky Halim yang selalu membantu dan menemani penulis ketika mengerjakan skripsi maupun mencari bahan referensi skripsi ini.
8. Nathan Tanuwijaya, Lucky Wijaya, sahabat penulis yang selalu membantu dan menghibur penulis ketika jemu.
9. Elika, Chacha, Claudia, Ibu Ririn dan Ibu Arsiyanti yang telah bersedia memberikan waktunya untuk diwawancara.

Demikianlah skripsi ini penulis susun dengan harapan dapat memberikan manfaat, tidak hanya untuk penulis, tetapi juga untuk para pembaca. Peneliti menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan dalam melakukan penelitian ini, sehingga penulis menerima segala kritik dan saran yang dapat menyempurnakan skripsi ini.

Tangerang, 14 Februari 2018



Wilton Antonius

ABSTRAK

Seiring dengan semakin berkembangnya era teknologi informasi, menjadikan banyak sekali para pengusaha baik perusahaan maupun perorangan yang mencoba mengembangkan bisnisnya ke ranah digital. Tak dapat dipungiri bahwa perubahan ini ikut mempengaruhi berbagai sisi bisnis, termasuk Deluxevogue.id.

Melihat berbagai kemudahan ini, pemilik akun online shop Deluxevogue.id memanfaatkan media sosial Instagram untuk memasarkan produk-produknya khususnya *fashion* wanita. Deluxevogue.id adalah salah satu toko baju *online* yang menjual berbagai pakaian wanita, tas wanita, sampai sepatu wanita. Deluxevogue.id memulai usahanya pada tanggal 1 November 2015.

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana proses perencanaan konten Instagram sebagai salah satu media sosial dalam membantu *digital marketing*. Penelitian ini bersifat deskriptif yang ditujukan untuk memberikan gambaran atas suatu objek penelitian berdasarkan fakta. Hasil penelitian ini menunjukkan proses penerapan *content marketing* Deluxevogue.id dalam proses perencanaan bisnis.

Kata kunci : Content Marketing, *Online shop*,
Media Sosial, *Instagram*



ABSTRACT

Along with the growing era of information technology, making a lot of entrepreneurs both companies and individuals who try to expand its business into the digital realm. These changes affect the various sides of the business, including Deluxevogue.id.

Seeing the various conveniences, the owner of online account shop Deluxevogue.id utilize social media Instagram to market its products, especially women's fashion. Deluxevogue.id is an online clothing store that sells women's clothing, women's handbags, to women's shoes. Deluxevogue.id started its business on November 1, 2015.

This research examines how Instagram content planning process as one of social media in helping digital marketing. This descriptive research is intended to provide an overview of a research object based on facts. The results of this study indicate the implementation process of IMC Deluxevogue.id in the business planning process.

Keywords: *Content Marketing, Online shop, Social Media, Instagram*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMPAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan penelitian.....	9
1.4 Signifikansi Penelitian.....	10
1.4.1 Signifikansi Akademis.....	10
1.4.2 Signifikansi Praktis	10
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Konsep dan Teori	15
2.2.1. Komunikasi dalam Pemasaran.....	15
2.2.2 Content Marketing	16
2.2.3 Teknologi Komunikasi	18
2.2.4 Media Baru dan Media Sosial.....	19
2.2.5 Instagram	22

2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Sifat dan Jenis Penelitian.....	30
3.2. Metode Penelitian.....	33
3.3. Key Informan	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data	35
3.5. Teknik Keabsahan Data.....	36
3.6. Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian	39
4.1.1 Profil Key Informan	40
4.1.1.1 Informan 1.....	40
4.1.1.2 Informan 2.....	41
4.1.1.3 Informan 3.....	42
4.1.1.4 Informan 4.....	43
4.1.1.5 Informan 5.....	44
4.2. Hasil Penelitian.....	45
4.3 Pembahasan	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1. Simpulan.....	50
5.2. Saran	51
5.2.1 Saran Akademis	51
5.2.2. Saran Praktis	52
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Perilaku Pengguna Internet Indonesia	5
Gambar 1.2 Tampilan Promosi Produk dalam Instagram Stories.....	7
Gambar 1.3 Tampilan Web Profile Online Shop di Instagram.....	8
Gambar 2.1 Marketing Funnel	17
Gambar 2.2 Web Profile	23
Gambar 2.3 Hashtags	24
Gambar 2.4 Follow	25
Gambar 2.5 Filter	26
Gambar 2.6 Weeb Feed.....	26
Gambar 2.7 Photo Maps.....	27
Gambar 2.8 Instagram Story	27
Gambar 4.1. Elika Julian.....	40
Gambar 4.2. Clarissa Aurelia	41
Gambar 4.3. Claudia Vivianty	42
Gambar 4.4. Chairina	43
Gambar 4.5. Arsiyanti Lestari.....	44