



### **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.

**FUNGSI INSTAGRAM PADA MEDIA PEMBERITAAN ONLINE**  
**(STUDI KASUS DI KOMPAS.COM)**

**SKRIPSI**



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom.)

**Johanna Elizabeth**

**13140110167**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA JOURNALISM  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2017**

# INSTAGRAM FUNCTION ON ONLINE PROVIDING MEDIA

(CASE STUDY IN KOMPAS.COM)

THESIS



Asked To Meet Requirements Obtaining Bachelor Degree of Communication Science (S.I.Kom.)

Johanna Elizabeth  
13140110167

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAMS CONCENTRATION  
OF MULTIMEDIA JOURNALISM FACULTY OF COMMUNICATION

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA  
TANGERANG  
2017

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya 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 di Daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juli 2017

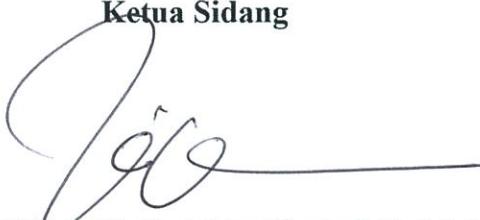


(Johanna Elizabeth)

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul  
“Fungsi Instagram Pada Media Pemberitaan Online Studi Kasus di Kompas.com”  
oleh  
Johanna Elizabeth  
telah diujikan pada hari Jumat, tanggal 4 Agustus 2017,  
pukul 14.30 s.d. 16.00 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**



F.X. Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A.

**Penguji Ahli**



Adi Wibowo Octaviano, S.Sos., M.Si

**Dosen Pembimbing**



Harry, S.I.Kom., M.A.

**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN**



Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.

## **HALAMAN PERSEMPAHAN**

Kalian selalu menjadi semangatku untuk terus menyelesaikan apa yang sudah aku mulai.

Sejak 2013 aku mulai mewujudkan impian kalian. Namun tujuh Tahun dan lima bulan lalu Tuhan berkehendak lain. Maaf karena terlambat mewujudkan impian kalian. Tetapi lebih baik terlambat daripada hilang begitu saja.

Maka kini aku persembahkan Skripsi ini untuk kalian para malaikat rambut putihku yang sudah bahagia di Surga...

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti mampu menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Fungsi Instagram Pada Media Pemberitaan Online (Studi Kasus di Kompas.com).” Laporan skripsi ini diajukan kepada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, Guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam penulisan laporan skripsi ini, banyak pihak yang membantu hingga laporan dapat penulis tuntaskan. Oleh karena itu, penulis berterima kasih kepada

- 1 Dosen Pembimbing Mata Kuliah Skripsi Harry, S.I.Kom, M.A. Yang membimbing peneliti dalam penyusunan laporan skripsi dan mengajar peneliti tata cara menulis karya ilmiah yang benar,
- 2 Koordinator Jurnalistik F.X. Lilik Dwi Mardjianto,S.S.,M.A. yang telah memberi ide dan memberi arahan kepada peneliti dalam Mata Kuliah Seminar Proposal Jurnalistik,
- 3 Sekretaris Program Studi Jurnalistik Adi Wibowo Octaviano, S,Sos., M.Si yang telah menguji dan membantu menyempurnakan laporan skripsi ini,
- 4 Ketua Program Studi Ilm Komunikasi Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si. yang telah mengesahkan laporan skripsi ini,

- 5 PT Kompas Cycber Media (Kompas.com) yang mendukung serta memberi kesempatan kepada peneliti untuk melaksanakan wawancara dan observasi,
- 6 Mbak Dewi, Mbak Nia, Mas Kp, Mas Roderick, Mas Luthfi, Mas Yoga, dan Mas Wisnu yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian yang peneliti lakukan,
- 7 Keluarga tercinta yang senantiasa memberi dukungan berupa semangat maupun materi,
- 8 Orang-orang terdekat peneliti Fitra Hasnu dan Odilia Hana Santoso yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan kritik terhadap teknis penulisan laporan skripsi ini,
- 9 Teman-teman Kampus lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu dukungan kalian sangat berarti hingga laporan skripsi ini mampu terselesaikan.

Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi pembaca.

Peneliti,



Johanna Elizabeth

## ABSTRAK

Era internet kini telah mengubah pola perilaku masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi. Media sosial kini menjadi pilihan masyarakat era digital untuk memperoleh dan menyebarkan informasi. Tren yang demikian dilihat oleh media konvensional sebagai peluang baru untuk mendistribusikan informasi kepada khalayak. Media sosial yang sedang populer saat ini adalah Instagram. Melihat kekuatan visual yang dimiliki Instagram, Kompas.com adalah salah satu media *online* yang memanfaatkan kepopuleran Instagram untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji bagaimana Kompas.com memfungsikan media sosial Instagram yang mereka miliki.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan metode studi kasus Robert K.Yin. Teori yang digunakan peneliti untuk menganalisis fungsi Instagram pada media pemberitaan *online* Kompas.com adalah media sosial dan jurnalisme, *visual social marketing*, dan *social media engagement*.

Berdasarkan analisis dengan konsep dan teori di atas maka hasil penelitian ini menemukan bahwa Kompas.com menggunakan akun Instagramnya untuk meningkatkan *brand awareness* dengan menggunakan teknik pemasaran *visual social marketing*. Namun pengelolaannya tidak dilakukan dengan tenaga yang dedikatif.

Kata Kunci : Kompas.com, Media sosial, Instagram, *Visual social marketing*



## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul.....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Pernyataan.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan.....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>iv</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>v</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Lampiran.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>8</b>

<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Konsep atau Teori yang Digunakan.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.1 Media Sosial.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.2 Visual Social Marketing.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.3 Social Media Engagement.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3 Kerangka Berpikir.....</b>	<b>37</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
<b>3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>3.2 Metode Penelitian.....</b>	<b>40</b>
<b>3.3 Key Informan dan Informan.....</b>	<b>42</b>
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>44</b>
<b>3.5 Keabsahan Data.....</b>	<b>48</b>
<b>3.6 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>51</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
<b>4.1 Subjek/Objek Penelitian.....</b>	<b>54</b>
<b>4.1.1 Kompas.com.....</b>	<b>54</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>57</b>
<b>4.2.1 Konten.....</b>	<b>59</b>
<b>4.2.2 Alur.....</b>	<b>62</b>
<b>4.2.3 Strategi dan Koordinasi.....</b>	<b>67</b>
<b>4.2.4 Interaksi.....</b>	<b>69</b>
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>71</b>

4.3.1 Konten dan Alur.....	71
4.3.2 Strategi dan Koordinasi.....	73
4.3.3 Interaksi.....	77
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>92</b>
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

**UMN**  
**UNIVERSITAS**  
**MULTIMEDIA**  
**NUSANTARA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	:	Data Informan.....	43
Tabel 4.1	:	Konten Instagram Lima Media Online.....	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Alasan Utama mengakses Internet.....	1
Gambar 1.2 : Jenis Konten yang Diakses.....	2
Gambar 1.3 : Perangkat yang digunakan untuk mengakses Internet.....	3
Gambar 1.4 : Konten Media Sosial yang Sering Dikunjungi.....	5
Gambar 1.5 : Perolehan Informasi Berita Melalui Instagram.....	6
Gambar 2.1 : Inovasi Fitur yang Dilakukan Instagram.....	19
Gambar 2.2 : Ilustrasi Peningkatan Engagement di Instagram.....	24
Gambar 2.3 : Social Pyramid Siagram.....	28
Gambar 2.4 : Tipologi Pembentukan Khalayak Media Massa.....	32
Gambar 3.1 : Triangulasi Teknik.....	50
Gambar 3.2 : Triangulasi Sumber.....	50
Gambar 3.3 : Komponen Analisis Data.....	53
Gambar 4.1 : Logo Perusahaan Kompas.com.....	57
Gambar 4.2 : Jenis Konten Instagram Kompas.com.....	60

Gambar 4.3 : Konten Inovasi di Instagram Kompas.com.....	61
Gambar 4.4 : Alur Digital Gatekeeping di Kompas.com.....	63
Gambar 4.5 : Google Analytics Kompas.com.....	65
Gambar 4.6 : Jumlah Followers Instagram Kompas.com.....	70
Gambar 4.7 : Foto Peristiwa Pilkada DKI Jakarta 2017.....	73
Gambar 4.8 : Mekanisme Strategi Penggunaan Hashtags dan Caption.....	76
Gambar 4.9 : Ilustrasi Perbedaan Jumlah Like Foto Peristiwa.....	80
Gambar 4.10 : Fitur Switch to Business Profile di Instagram.....	84
Gambar 4.11 : Pengukuran Engagement di Instagram Kompas.com.....	85
Gambar 4.12 : Pola Social Media Engagement di Instagram Kompas.com.....	86
Gambar 4.13 : Perbandingan Jenis Konten di Instagram Kompas.com.....	87
Gambar 4.14 : Kolom Komentar Salah Satu Unggahan Kompas.com.....	88

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 :	Transkrip Wawancara Narasumber.....	100
Lampiran 2 :	Konten di Instagram Kompas.com.....	138
Lampiran 3 :	Data Survei APJII Perilaku Pengguna Internet 2016.....	141
Lampiran 4 :	Form Bimbingan Skripsi.....	174

