



### **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.

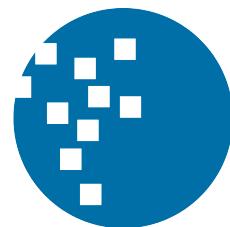
### **Copyright and reuse:**

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.

**PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PROMOSI  
FILM *GALIH DAN RATNA***

**Skripsi**

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Nama : Sintia Lolita Jesika  
NIM : 13120210352  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2017**

## LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sintia Lolita Jesika  
NIM : 13120210352  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain  
Universitas : Universitas Multimedia Nusantara  
Judul Skripsi :

### PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PROMOSI FILM

*GALIH dan RATNA*

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar Sarjana Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 1 Juni 2017



Sintia Lolita Jesika

## **HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**Peranan Media Sosial Instagram dalam Promosi film Galih dan Ratna**

Oleh

Nama : Sintia Lolita Jesika

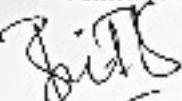
NIM : 13120210352

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

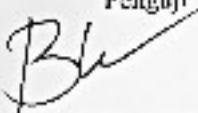
Fakultas : Seni dan Desain

Tangerang, 19 Juni 2017

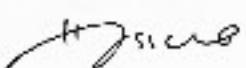
Pembimbing

  
Bisma Fabio Suprahudi, S.Sos., M.Sn.

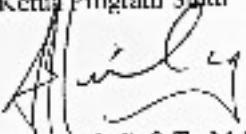
Pengaji

  
Baskoro Adi Wuryanto, S.E., M.M.

Ketua Sidang

  
Kemal Hasan, S.T., M.Sn.

Ketua Program Studi

  
Yusup S. Marryastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

## KATA PENGANTAR

Instagram merupakan media yang populer di kalangan anak muda saat ini. Semua orang mulai memanfaatkan Instagram sebagai media untuk berpromosi. Hal ini kemudian memunculkan rasa ingin tahu penulis. Penulis yang merupakan mahasiswa sinematografi di Universitas Multimedia Nusantara sudah cukup sering terlibat dalam produksi film, tetapi penulis belum pernah terlibat dalam hal promosi. Dari situ, penulis kemudian tertarik untuk mengetahui tentang bagaimana promosi film dijalankan pada saat sekarang ini, tentunya melalui media sosial yang sedang populer.

Skripsi ini bertujuan agar dapat membantu para pembuat film yang target penontonnya adalah anak muda. Dengan harapan ketika nantinya film tersebut ingin dipromosikan, para pembuat film ini dapat mempertimbangkan untuk menggunakan media sosial Instagram. Karena dari analisis yang penulis lakukan, jangkauan yang bisa dicapai Instagram sangat luas. Selain itu, jika dibandingkan dengan promosi melalui media konvensional, biaya yang dikeluarkan untuk promosi melalui Instagram dapat dikatakan murah.

Penulis sadar bahwa terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Namun dalam proses penggerjaannya, penulis telah mengusahakan yang sebaik-baiknya agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang. Proses pembuatan skripsi ini tidak mudah, namun penulis sadar bahwa keyakinan dan usaha tidak akan mengkhianati hasilnya.

Skripsi ini tidak semata-mata dapat selesai hanya karena diri penulis. Banyak sekali pihak yang membantu dan memberikan dukungan hingga akhirnya

penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat yang diberikan, penulis mendapat dukungan dari banyak pihak dan mampu menyelesaikan skripsi ini. Setelah itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech, Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Ina Listyani Riyanto, S.Pd., M.A. selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain.
3. Bisma Fabio Santabudi, S.Sos., M.Sn., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Makbul Mubarak, S.IP., M.A., Annita, S.Pd., M.F.A., dan Kus Sudarsono, SE., M.Sn., Kemal Hasan, S.T., M.Sn., Baskoro Adi Wuryanto, S.E., M.M., yang telah memberikan koreksi dan masukan untuk skripsi penulis.
5. Sunny Soon dan Astrid Saerong yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari penulis dan memberikan data-data terkait dengan promosi melalui Instagram.
6. Para narasumber yang telah memberikan semangat serta bersedia mengisi kuesioner yang penulis bagikan.
7. Orang tua yang tanpa henti selalu memberikan dukungan serta perhatian pada penulis.

8. Wiranata Tanjaya yang telah membantu hingga penulis dapat menemukan topik awal skripsi.
9. Venny Lawrensia dan Stefanie Yasadipura yang senantiasa menemanai, membantu dalam segala hal, juga memberikan semangat serta masukan pada penulis.
10. Anggota Kapal Selam (Lidwina Win Hadi, Matthew Christoper, Ilona Odilia, YC Yudit Halim, Melissa Lauwira) yang telah bersama penulis dari awal semester hingga skripsi ini dapat penulis selesaikan.
11. Caroline Sugijono, Angela Alviani, Jonas Awi, Angelia Leanartha, Dea Andriani, Connery Steven, Calvina Adrilia, Henry Harpono, Jessy Sylviani, Christoper Varian, Ricky Surya, Hendrix, Rein Maychaelson, Thesign Films, dan masih banyak lagi yang tidak dapat penulis tuliskan satu-persatu yang senantiasa membantu penulis dalam banyak hal selama proses penulisan skripsi.

Tangerang, 1 Juni 2017



Sintia Lolita Jesika

## ABSTRAKSI

Teknologi internet sudah sangat berkembang dan memudahkan penggunaanya untuk mendapatkan segala informasi. Di Indonesia, internet banyak digunakan untuk mengakses media sosial. Salah satu media sosial yang perkembangan pengguna aktifnya sangat pesat adalah Instagram. Instagram saat ini banyak digunakan untuk media promosi, yang salah satunya adalah promosi film. Sudah ada produsen film Indonesia yang menggunakan Instagram sebagai media promosi *online*, salah satunya adalah film *Galih dan Ratna*. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui tentang peranan media sosial Instagram dalam promosi film *Galih dan Ratna*.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode kualitatif, agar penelitian dapat dilakukan secara mendalam tentang topik yang penulis bahas. Penulis melakukan wawancara dengan *Manager of Publication* dan *Social Media Specialis* film *Galih dan Ratna*. Selain itu penulis juga melakulan survei dengan menyebar kuesioner pada pengikut Instagram @filmgalihdanratna untuk memperkuat data.

Dari penelitian yang dilakukan penulis, diketahui bahwa Instagram @filmgalihdanrtana berhasil mencapai tujuan promosinya serta berperan dalam memberikan informasi tentang *audience* film *Galih dan Ratna*, meningkatkan profil serta reputasi film *Galih dan Ratna*, memudahkan tim promosi mengetahui peta persaingan, serta menyebarkan informasi dengan mudah dan cepat.

Kata kunci : Instagram, media baru, Promosi *online*, teknologi internet.



## ***ABSTRACT***

*Internet technology have been highly developed and allows users to get all the information. In Indonesia, internet is mostly used to access social media. One of the social media whose have the biggest increase of active user is Instagram. Instagram could be used for many thing, including for promotion of the film. There are already Indonesian film producers who use Instagram as an online promotional media, one of them is Galih and Ratna movies. Therefore, the writer would like to know about the role of social media Instagram in the promotion of Galih and Ratna movies.*

*The research method used in this thesis is a qualitative method, so this research can be conducted deeply. In collecting the data, the writer conducted an interview with the Manager of Publication and Social Media Specialist Galih and Ratna movies. Besides that, the writer also do a survey by spreading questionnaires on followers Instagram @filmgalihdanratna to strengthen the data.*

*Research that has been conducted shows that Instagram @filmgalihdanrtana successfully achieved its promotional goals as well as plays a role in providing information about audience of Galih and Ratna movie, enhancing the profile and reputation of Galih and Ratna movies, facilitating promotion team to know the mapping competitor, and spreading information easily and quickly.*

*Keywords:* Instagram, new media, online promotion, internet technology.



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    Latar Belakang .....	1
1.2.    Rumusan Masalah .....	4
1.3.    Batasan Masalah.....	5
1.4.    Tujuan Skripsi .....	5
1.5.    Manfaat Skripsi .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1.    Industri Media Massa .....	6
2.1.1.    Media Tradisional .....	6
2.1.2.    Media Baru .....	10

2.2.	Media Sosial.....	11
2.2.1.	Karakteristik Media sosial.....	12
2.2.2.	Fungsi Media Sosial.....	13
2.3.	Instagram.....	14
2.3.1.	Fitur .....	16
2.3.2.	<i>Instagram Bussiness Tools</i> .....	18
2.4.	Promosi .....	19
2.4.1.	Elemen Promosi .....	20
2.4.2.	Tujuan Promosi .....	25
2.4.4.	Promosi Melalui Instagram.....	26
2.5.	Film Galih dan Ratna .....	29
<b>BAB III METODOLOGI.....</b>		<b>32</b>
3.1.	Gambaran Umum.....	32
3.2.	Tahapan Kerja .....	32
3.2.1.	Perencanaan.....	33
3.2.2.	Pelaksanaan.....	36
3.3.	Subjek Penelitian.....	38
<b>BAB IV ANALISIS .....</b>		<b>42</b>
4.1.	Peranan Instagram dalam Promosi Media Sosial Film <i>Galih dan Ratna</i> ..	43
4.1.1.	Mendapatkan Informasi .....	46
4.1.2.	Meningkatkan Profil.....	61

4.1.3.	Mengetahui Peta Persaingan Produk.....	66
4.1.4.	Mempengaruhi Orang yang Berpengaruh .....	67
4.1.5.	Memelihara <i>Brand Advocacy</i> .....	69
4.1.6.	Penyebaran yang Meluas.....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>77</b>
5.1.	Kesimpulan .....	77
5.2.	Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>XIV</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jenis Konten Internet yang Diakses .....	2
Gambar 1.2 Konten Media Sosial yang Sering dikunjungi.....	3
Gambar 2.1 Logo Instagram.....	16
Gambar 2.2 Poster Film <i>Galih dan Ratna</i> .....	30
Gambar 3.1 Instagram @filmgalihdanratna .....	39
Gambar 3.2 Tampilan Instagram Insight pada Foto.....	41
Gambar 4.1 <i>Post</i> Pertama di Instagram @filmgalihdanratna .....	43
Gambar 4.2 Grafik Instagram Insight <i>Gender Pengikut</i> .....	48
Gambar 4.3 Grafik Hasil Survei <i>Gender Pengikut</i> .....	48
Gambar 4.4 Grafik Data Instagram Insight Umur Pengikut .....	49
Gambar 4.5 Hasil Survei Umur Pengikut .....	50
Gambar 4.6 <i>Like</i> Instagram Bersadarkan Jam.....	52
Gambar 4.7 <i>Reach</i> Instagram Berdasarkan Jam .....	53
Gambar 4.8 <i>Engagement</i> Instagram Berdasarkan Jam .....	53
Gambar 4.9 Hasil Survei Konten Foto yang Disukai.....	55
Gambar 4.10 Hasil Survei <i>Caption</i> yang Disukai.....	56
Gambar 4.11 <i>Like</i> Foto Instagram Berdasarkan Tanggal.....	57
Gambar 4.12 <i>Reach</i> Foto Instagram Berdasarkan Tanggal .....	57
Gambar 4.13 <i>Engagement</i> Foto Instagram Berdasarkan Tanggal .....	58
Gambar 4.14 Hasil survei konten video yang disukai.....	59
Gambar 4.15 <i>Likes</i> Video Berdasarkan Tanggal.....	59
Gambar 4.16 <i>Reach</i> Video berdasarkan Tanggal.....	60

Gambar 4.17 Engagement Video Berdasarkan Tanggal .....	60
Gambar 4.18 Interaksi Antara Instagram @filmgalihdanratna dan Pengikut .....	61
Gambar 4.19 Promosi <i>Brand Activation</i> Melalui Instagram @filmgalihdanratna	65
Gambar 4.20 Publikasi <i>Brand Activation</i> Pada Instagram @filmgalihdanratna...	65
Gambar 4.21 Instagram @filmnasional dan @layartancep .....	67
Gambar 4.22 Inatagram <i>Influencer</i> Film <i>Galih dan Ratna</i> .....	68
Gambar 4.23 Tanggapan Positif pada <i>Post</i> di Instagram @filmgalihdanratna....	69
Gambar 4.24 Data Instagram Insight Lokasi Pengikut .....	70
Gambar 4.25 Hasil Survei Tempat Tinggal Pengikut Instagram @filmgalihdanratna.....	71
Gambar 4.26 Posting Pengikut tentang Film <i>Galih dan Ratna</i> .....	74
Gambar 4.27 Akun Instagram Pemain Film <i>Galih dan Ratna</i> .....	75
Gambar 4.28 Post Instagram @sherylsheinafia .....	76



## **DAFTAR TABEL**

Table 3.1 Tabel jenis konten per periode .....	40
Tabel 4.1 Hasil Survei Waktu Aktif Pengikut Instagram .....	51
Tabel 4.2 Hasil Survei yang Membuat Pengikut Dekat dengan Film <i>Galih dan Ratna</i> .....	62
Tabel 4.3 Tabel Hasil Survei dari Mana Pengikut Mengetahui Instagram @filmgalihdanratna.....	71

UMN

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **LAMPIRAN A: TRANSKRIP WAWANCARA ASTRID SAERONG**

**(MANAGER OF PUBLICATION) .....XX**

**LAMPIRAN B: TRANSKRIP WAWANCARA SUNNY SOON (SOCIAL  
MEDIA SPECIALIST).....XXV**

### **LAMPIRAN C: DATA LIKE, COMMENT DI INSTAGRAM**

**@FILMGALIHDANRATNA .....XXXII**

### **LAMPIRAN D: DATA INSTAGRAM INSIGHT**

**@FILMGALIHDANRATNA .....XLV**

**LAMPIRAN E: DATA HASIL SURVEI.....LV**

**LAMPIRAN F: KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI ..... LXXVI**

