

**EFEKTIVITAS INSTAGRAM INFO JEMBER
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI
KEPADA MASYARAKAT KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



**OLEH:
SYAUQI KHARISMA
NIM. 1310521013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Syauqi Kharisma, NIM : 1310521013 ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 20 Desember 2017

Tempat : Gedung B Lantai 3 Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji :

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Hery B.Cahyono M.Si.
NIDN.0713046301

Ir. H.Mohammad Thamrin. M.Si
NIDN.0028086102

Anggota,

Suyono,S.H.,M.I. Kom
NPK:0705086503

Mengetahui :

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan,

Dr. Emy Kholifah R. M.Si
NIDN. 0725036702

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan pada Allah SWT Tuhan semesta alam, yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik, hidayah, dan inayahnya. Sehingga penulis berhasil menyusun tugas akhir skripsi dengan judul : **EFEKTIVITAS INSTAGRAM INFO JEMBER SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT KABUPATEN JEMBER**, skripsi ini penulis susun guna melengkapi syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana tahun 2018 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember Jurusan Ilmu Komunikasi.

Penulis sangatlah menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, serta masih banyak kesalahan dan kekurangan ; walaupun penulis telah berusaha dengan sekuat tenaga dalam penyusunannya, tetapi mengingat penulis sebagai manusia biasa maka skripsi ini masih jauh dari kebenaran dan kesempurnaan tersebut. Sebagaimana pepatah menyebutkan “*Tak ada Gading Yang Tak Retak*” maka dari itu kritik, saran maupun masukan dari pihak manapun akan penulis terima dengan lapang dada. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat.

1. Dr. Emy Kholifa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Suyono,SH.,M.I.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Ir. H.M Thamrin.M.Si, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini dengan penuh kesabaran, terima kasih atas waktu dan nasehat yang diberikan.
4. Kepada Irwan Fahmy, selaku owner media sosial instagram info Jember sebagai informan, atas waktu, informasi dan data yang diberikan kepada penulis guna proses penelitian skripsi ini.
5. Kepada seluruh dosen, staf, dan karyawan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Jember atas segala jasa dan kebaikannya selama penulis menimba ilmu di kampus tercinta.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan serta suport, sehingga dapat tersusun skripsi ini.

Demikian sedikit pengantar dari penulis, semoga skripsi yang masih jauh dari sempurna dan sederhana ini dapat berfaidah bagi yang membutuhkan dan bisa memenuhi apa yang diharapkan. Dan semoga karya tulis ilmiah ini bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 20 Desember 2017

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN LOGO FAKULTAS.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK DALAM BAHASA INDONESIA.....	xi
ABSTRAK DALAM BAHASA INGGRIS.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Hipotesis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Media Sosial.....	12
2.1.1 Pengertian Media Sosial.....	12
2.1.2 Ciri-ciri Media Sosial.....	12
2.1.3 Jenis Media Sosial.....	12
2.2 Jejaring Sosial Instagram.....	13

2.2.1 Definisi Instagram.....	13
2.2.2 Fitur dalam instagram.....	14
2.3 Instagram Info Jember.....	18
2.3.1 Definisi Instagram Info Jember.....	18
2.3.2 Fungsi Instagram Info Jember.....	18
2.4 Efektivitas.....	19
2.4.1 Pengertian Efektivitas.....	19
2.4.2 Ukuran Efektivitas.....	20
2.4.3 Kriteria Efektivitas.....	20
2.5 Promosi.....	22
2.5.1 Pengertian Promosi.....	22
2.5.2 Tujuan Promosi.....	22
2.6 Informasi.....	24
2.6.1 Pengertian Informasi.....	24
2.6.2 Fungsi Informasi.....	25
2.6.3 Tujuan Informasi.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	27
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	27
3.2.2 Waktu Penelitian.....	27
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Data Primer.....	27
3.3.1.1 Metode Wawancara.....	27
3.3.1.2 Metode Observasi.....	28
3.3.2 Data Sekunder.....	28
3.4 Metode Penentuan Sampel.....	29
3.5 Metode Analisis Data	29
BAB IV PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Instagram Info Jember.....	31

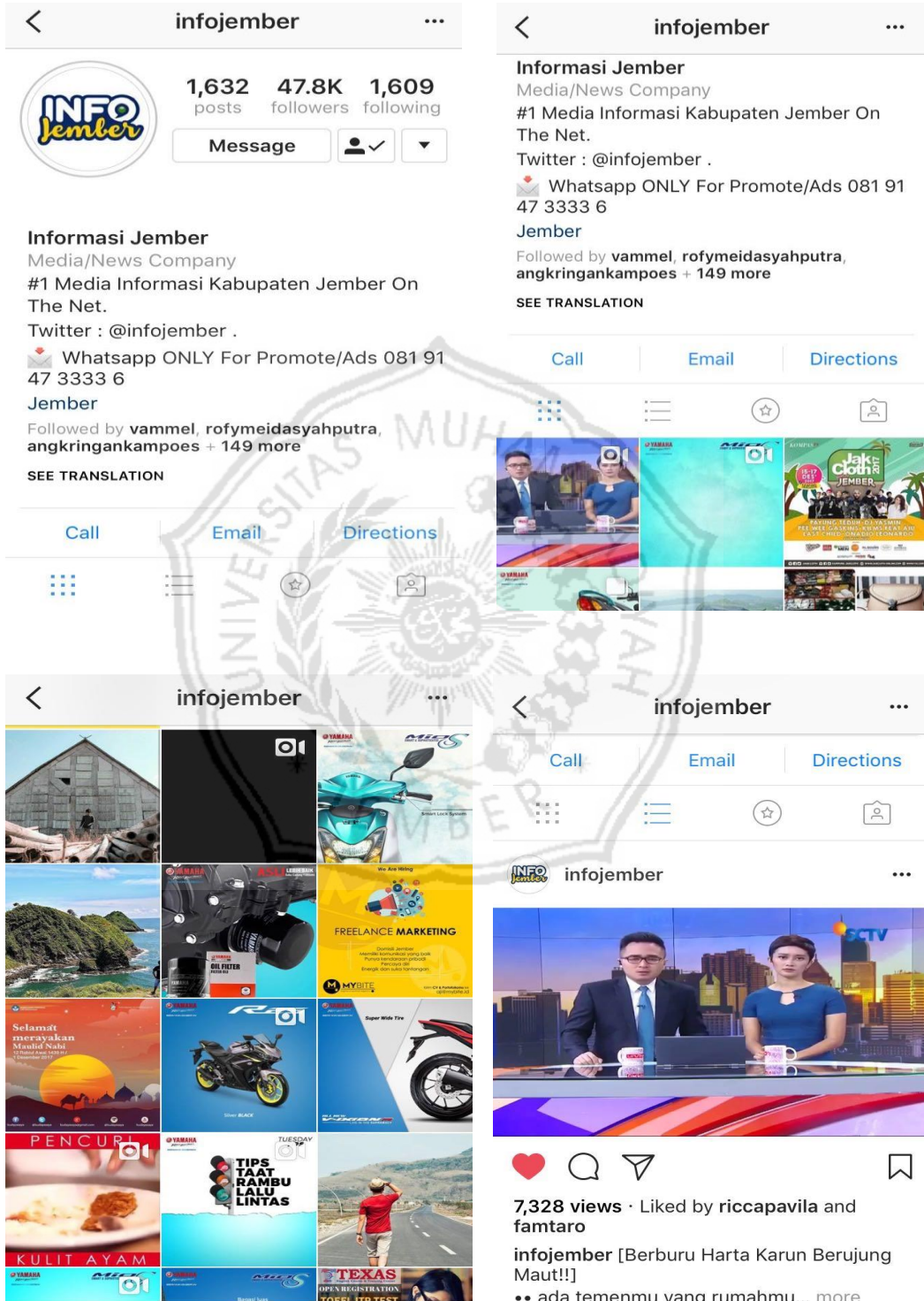
4.1.1 Instagram Info Jember.....	31
4.1.2 Fungsi Instagram Info Jember	31
4.2. Efektivitas Info Jember Dalam Membangun Komunikasi Dengan Masyarakat Melalui Media Sosial.....	32
4.3 Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas instagram info Jember.....	33
4.3.1 Komentar dan like.....	33
4.3.2 View.....	61
4.3.3 Admin.....	68
4.3.4 Kelengkapan Data.....	69
4.3.5 Aktualisasi Data.....	70
4.3.6 Validasi Data.....	71
4.4 Metode yang Digunakan Instagram Info Jember dalam meningkatkan efektivitas.....	72
4.4.1 Membangun Relasi dan Komunikasi Dengan Beberapa Media.....	72
4.4.2 Observasi Data.....	73
4.4.3 Repost Data.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Foto Screenshot Activity Instagram Info Jember





DAFTAR LAMPIRAN FOTO



GAMBAR 1.1



GAMBAR 1.2



GAMBAR 1.3



GAMBAR 1.4



GAMBAR 1.5



GAMBAR 1.6



GAMBAR 1.7



GAMBAR 1.8



GAMBAR 1.9



GAMBAR 1.10



GAMBAR 1.11



GAMBAR 1.12



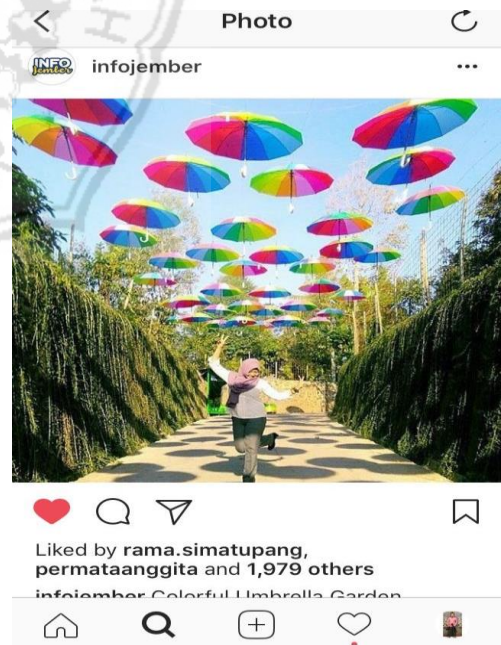
GAMBAR 1.13



GAMBAR 1.14



GAMBAR 1.15



GAMBAR 1.16



GAMBAR 1.17



GAMBAR 1.18



GAMBAR1.19



GAMBAR 1.20



GAMBAR 21



GAMBAR 22



GAMBAR 23



GAMBAR 24



GAMBAR 1.25



GAMBAR 1.26



GAMBAR 1.27



GAMBAR 1.28



GAMBAR 1.29



GAMBAR 1.30



GAMBAR 1.31



GAMBAR 1.32



GAMBAR 1.33



GAMBAR 1.34



GAMBAR 1.35



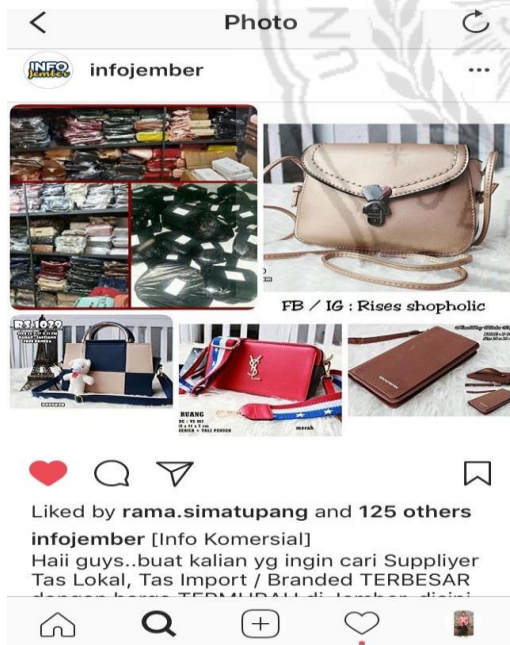
GAMBAR 1.36



GAMBAR 1.37



GAMBAR 1.38



GAMBAR 1.39



GAMBAR 1.40



GAMBAR 1.41



GAMBAR 1.42



GAMBAR 1.43



GAMBAR 1.44



GAMBAR 1.45



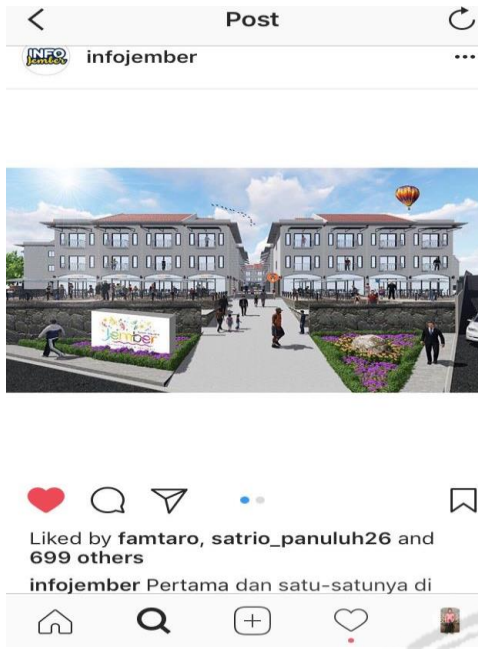
GAMBAR 1.46



GAMBAR 1.47



GAMBAR 1.48



GAMBAR 1.49



GAMBAR 1.50



DAFTAR LAMPIRAN VIDEO



GAMBAR 1.1



GAMBAR 1.2



GAMBAR 1.3



GAMBAR 1.4



GAMBAR 1.5



GAMBAR 1.6



GAMBAR 1.7



GAMBAR 1.8



GAMBAR 1.9



GAMBAR 1.10



GAMBAR 1.11



GAMBAR 1.12

2. Proses Wawancara



DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha, Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Liberty: Jakarta, 2000.
- Boyd, Happer W, Walker, Orville C, dan Larreche Jean-Clude. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategi Dengan Orientasi Global*, Alih Bahasa Iman Nurmawan. Erlangga: Yogyakarta, 2000.
- Davis, B.Gordon. Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian 1. PT. Pustaka Binamas Pressindo: Jakarta, 1991.
- Fandy, Tjipto. Strategi pemasaran. Penerbit Andi: Yogyakarta, 2002.
- Jogianto. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Edisi Kedua: Yogyakarta, 2004.
- Kadir, Abdul. McFadden. Dkk. 1999. Pengenalan Sistem Informasi. Andi Offset: Yogyakarta, 2002.
- Krisyantono, Rachmat. Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetakan Keempat. Kencana Prenada Media Group: Jakarta, 2006.
- Kusmono. Pengantar Bisnis I. Cetakan I BPE: Yogyakarta, 2001.
- Mahmudi. Manajemen Kinerja Sektor Publik.. UPP AMP YKPN: Yogyakarta, 2005.
- Morissan. Periklanan. Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetakan Pertama. Kencana Prenada Media Group: Jakarta, 2010.
- Moleong, Keirl, Miller. Metode Penelitian Kualitatif. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2012.
- M. Nisrina. Bisnis Online. Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang. Kobis: Yogyakarta, 2015.
- Mulyana, Deddy. Komunikasi efektif “Suatu pendekatan lintas budaya”. PT Remaja Rosdakarya: Bandung, 2008.
- Nasruallah, Ruly. Media Sosial. Simbiosis Rekatama Media: Bandung, 2015.
- Pawito. Penelitian Komunikasi Kualitatif. LkiS: Yogyakarta, 2008.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta: Bandung, 2007.
- Susanto. Azhar. Sistem informasi akuntansi. Linggar jaya: Bandung, 2004.

Sumber lain :

<http://www.definisi-pengertian.com/2015/03/definisi-dan-pengertian-informasi.html>

<http://id.wikipedia.org/wiki/informasi>

<http://www.Wikipedia.org/wiki/Instagram>

<http://www.wikipedia.org/wiki/efektivitas>

<https://www.seniberpikir.com/fitur-terbaru-instagram>

<http://sekarmargarani.blogspot.co.id/2017/04/peran-media-komunikasi-dalam-masyarakat.html>

<http://www.pelajaran.co.id/2017/29/pengertian-promosi-tujuan-manfaat-jenis-dan-contoh-promosi.html>

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesidoc/Bab2/2012-2-00827-HM%20Bab2001.pdf>

<http://sharematika.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-observasi.html>

http://othenk.blogspot.com/2008_2008_11_01_achive.html

