

**EFEKTIFITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PROMOSI ONLINE SHOP PADA AKUN
@ULTIMATEBRUTALITY**

SKRIPSI



Oleh :

AHMAT SURAJI

1210521007

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2017**

**EFEKTIFITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PROMOSI ONLINE SHOP PADA AKUN
@ULTIMATEBRUTALITY**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

Oleh:

**NAMA : AHMAT SURAJI
NIM : 1210521021**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2017**



HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Untuk keluarga tercinta, Ibunda Siti Asiyah, beserta adik M.Feri Luhur, yang selalu berkirin doa dari rumah tiada henti pada penulis. Insya Allah semua kebaikan ini akan kembali kepada mereka.
2. Dekan Fisipol Ibu.Emy Kholifah, M.Si. KaProdi Ilmu Komunikasi Bapak Suyono, S.H. M.I.Kom. Dosen Pembimbing, Bapak. Hery B Cahyono, S.Sos. M.Si. Terimakasih atas segala arahan, saran dan dukungan pemikiran dalam penyusunan skripsi ini yang diberikan pada penulis.
3. Untuk teman-teman yang sudah membantu, Edho Rachman, M.Farich, Bagoes P, Reszy Rositta, Reynaldi Ode J. , Husein Sandy, Reyfangga, terima kasih untuk kalian semua.
4. Teman-teman sekelas Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2012, dan sahabat-sahabat yang telah mendukung serta mendoakan penulis, terima kasih untuk kalian semua.
5. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember

Semoga semua amal ibadah ini dicatat sebagai sebuah kebaikan oleh Allah SWT dan menjadikannya penuh berkah.

Jember,20 Februari 2017

Penulis

MOTTO

Bermimpilah dengan segenap pikiran, yakinlah dengan sepenuh hati, wujudkanlah dengan seluruh tenaga.

Wishnutama

Hidup harus memulai semuanya dari bawah, dan tidak pernah melompat jauh meskipun ada kesempatan.

Otto Hasibuan

Melakukan hal yang berguna, mengatakan suatu keberanian dan merenungkan suatu keindahan adalah hal yang perlu dilakukan dalam kehidupan seseorang.

TS Eliot

Bagaimana kebiasaan akan kita ubah kalau kebiasaan itu sendiri sering tidak kita sadari.

Soedjiwo Tedjo

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmat Suraji
NIM : 1210521007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri bukan merupakan pengambil-alihan, tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 20 Februari 2017

Yang membuat pernyataan

Materai 6000

Ahmat Suraji
NIM.1210521007

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul : **Efektifitas Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop Pada Akun @UltimateBrutality**

Oleh:

Ahmat Suraji

NIM: 1210521007

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji oleh Tim Penguji

Jember, 20 Februari 2017

Pembimbing I

Ari Susanti, S.sos., M.Med.Kom.

NIDN.0701047701

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Ahmat Suraji , NIM : 1210521007 ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 20 Februari 2017

Tempat : Gedung B. Lantai 3 Ruang 3.2 Universitas Muhammadiyah
Jember

Tim Penguji :

Ketua,

Anggota,

Suyono, SH., M.I.Kom.

NIDN. 0705086503

Sudahri, S.Sos.,M.I.Kom.

NIDN : 0704067901

Anggota,

Ari Susanti, S.sos., M.Med.Kom.

NIDN.0701047701

Mengetahui:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan,

Dr. Emy Kholifah, M.Si.

NIDN. 0725036702

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmat Suraji
NIM : 1210521007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Efektifitas Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop Pada Akun @Ultimate Brutality** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalih mediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat,dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jember
Pada tanggal : 20 Februari 2017
Yang menyatakan,

Materai 6000

Ahmat Suraji
NIM.1210521007

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada nabi muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Jember. Judul yang penulis ajukan adalah **“Efektifitas Instagram sebagai Media Promosi pada Akun @UltimateBrutality”**.

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 terimakasih kepada yang terhormat.

1. Dr. EmyKholifa, 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. Ibu Ari Susanti, S.Sos.,M.Med.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Semua pihak yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini, Semoga Allah s.w.t. memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa-jasa, kebaikan-kebaikan serta bantuan-bantuan yang telah diberikan kepada penyusun.

Akhirulkalimat penyusun berharap semoga karya tulis ilmiah dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 20 Februari 2017

Penulis,

Daftar Isi

Halaman Judul.....	ii
Halaman Logo.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Motto.....	v
Halaman Keaslian Tulisan.....	vi
Halaman Persetujuan.....	vii
Lembar Pengesahan.....	viii
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak.....	xvi
Abstract.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2 Empat Komponen Pemasaran.....	10
2.1.3 Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	11

2.1.4 Manfaat Pemasaran Langsung	12
2.2 Promosi	13
2.2.1 Pengetian Promosi	13
2.2.2 Tujuan Promosi	14
2.2.3 Bentuk-bentuk Promosi	15
2.3 Komunikasi Massa	20
2.3.1 Teori Komunikasi Massa	20
2.3.2 Pemilihan Media	21
2.3.3 Perencanaan Media	22
2.3.4 Teori New Media	23
2.3.5 Kelebihan dan Manfaat New Media	25
2.4 Media Sosial.....	26
2.4.1 Pengertian Media Sosial	26
2.4.2 Sejarah Media Sosial.....	27
2.4.3 Devinisi Media Sosial	27
2.4.4 Ciri-ciri Media Sosial.....	28
2.4.5 Jenis-jenis Media Sosial.....	28
2.4.6 Media Interaktif.....	33
2.4.7 Jejaring Sosial Instagram	33
2.4.8 Fitur-fitur Instagram.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Obyek Penelitian	38
3.2.1 Obyek Penelitian.....	38
3.2.2 Unit Analisis	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.4 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
4.1 Ultimate Brutality.....	42
4.1.1 Gambaran Ultimate Brutality.....	42
4.1.2 Profil Pemilik.....	43
4.1.3 Visi dan Misi.....	44
4.1.4 Produk Ultimate Brutality.....	44
4.2 Akun Instagram Sebagai Media Online Shop.....	46
4.2.1 Gambaran Online Shop.....	46
4.2.2 Gambaran Instagram.....	47
4.2.3 Instagram Sebagai Media Promosi.....	48
4.2.4 Kelebihan Dan Kekurangan Instagram Sebagai Media Promosi	49
4.2.5 Gambaran Akun @UltimateBrutality.....	51
4.2.6 Pemanfaatan fitur akun instagram @UltimateBrutality.....	52
4.2.7 Promosi pada akun instagram @UltimateBrutality.....	53
4.2.8 Pengaruh akun instagram Ultimate Brutality.....	55
4.2.9 Komparansi Instagram dengan Online Shop lain.....	56
4.3 Efektifitas Penggunaan akun @UltimateBrutality.....	58
4.3.1 Data Penjualan Ultimate Brutality.....	58
4.3.2 Pangsa Pasar.....	59
4.3.3 Efektifitas Instagram pada akun @UltimateBrutality.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
Daftar Pustaka.....	65

Jadwal Penelitian..... 67

Daftar Riwayat Hidup 68

LAMPIRAN

Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Dokumentasi Foto dan Screenshot

Lampiran 2 : Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 3 : Jurnal Bimbingan

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar Nadhya Ana. 2003. *Teknologi Komunikasi Persepektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Boyd, Happer W, Walker, Orville C, dan Larreche Jean-Clude. 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu pendekatan Strategi Dengan Orientasi Global*, Alih Bahasa Iman Nurmawan, Yogyakarta:Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik,dan Ilmu Sosial Lainnya* Cetakan pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dewdney Anrew, Ride Peter. 2006. *The New Media Handbook*. New York: Routledge.
- Dharmmesta, BS, Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti.
- Gao, Yua. 2005. *Web Systems Design and Online Consumer Behavior*. Idea Group Publishing.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kennedy, John E, R, Soemanagara. 2006. *Marketing Communication*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Yogyakarta: Raja grafindo Persada.
- Kismono. 2001. *Pengantar Bisnis I*, Cetakan I BPFE, Yogyakarta.
- Krisyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* Cetakan keempat. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Machfoedz, Mahmud. 2010.*Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* Cetakan Pertama . Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- M Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Nasrullah, Rully. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Pawito.
2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Porter, J. (2008). *Designing For The Social Web*. Berkeley: Peachpit Press.
- Prisgunanto, Ilham. (2006). *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Puntoadi, Danis.2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. alex Komputindo.
- Purba, Amir, dkk. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Riset Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Roger M. Everett. 1986. *Communication Technology*. New York: The Free Press.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Swasta Busu dan Irawan.1997. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta:Liberty.
- Terry Flew. 2005. *New Media an Introduction. Second Edition*. New York: Oxford University Press.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- West, Richard, dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komuniiasi: Analisis dan Aplikasi*, Edisi 3, terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika.

Sumber refrensi lain

<http://www.beritateknologi.com/54-persen-brand-ternama-dunia-kini-gunakan Instagram>

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