



**PROMOSI PRODUK WIRAUSAHA MAHASISWA
DI MEDIA INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam

Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Ikho Dwi Yulyanto

41182037190081

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI**

2023 M / 1444 H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulisan saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 28 Juli 2023



Ikho Dwi Yulyanto

41182037190081

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Promosi Produk Wirausaha Mahasiswa di Media Instagram
Nama : Ikho Dwi Yulyanto
Npm : 41182037190081
Konsentrasi : *Jurnalistik*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian Skripsi sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 10 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi



Tin Hartini, M.Si

NRP: 45.1.01.02.2016.001



Saepudin, S.S., M.Soc.Sc

NRP: 45.1.01.11.2011.031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

"Promosi Produk Wirausaha Mahasiswa di Media Instagram"

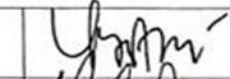
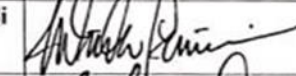
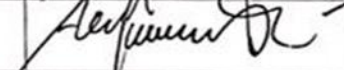
Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 21 Juli 2023
Waktu : 10.00 – 11.00

Oleh

Nama : Ikho Dwi Yulyanto
NPM : 41182037190081
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Tin Hartini, M.Si	
Penguji 1	Winda Primasari, S.Hum, M.Si	
Penguji 2	Saepudin, S.S., M.Soc, Sc	

Bekasi, 26 Juli 2023

Mengesahkan
Dekan Fakultas Komunikasi
Sastra dan Bahasa



Dr. Nuryadi, M.Hum

NRP 45.1.01.01.2010.012

Mengetahui
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Tin Hartini, M.Si

NRP 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

2023

Ikho Dwi Yulyanto (41182037190081)

“Promosi Produk Wirausaha Mahasiswa di Media Instagram”

Di bawah bimbingan Bapak Saepudin

Instagram dapat sebagai alat promosi yang digunakan oleh para pelaku wirausaha, karena menggunakan promosi di Instagram cukup terjangkau dalam mencari produk yang ingin di cari oleh pelanggan. Salah satunya dalam akun wirausaha *fleur.delune*, *jajanansiyayang*, dan *sepatu_warrior* yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk promosi dan memasarkan produk yang dijual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media Instagram untuk promosi serta pemasaran wirausaha sehingga dapat meningkatkan penjualan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi pemasaran yang digunakan oleh *fleur.delune*, *jajanansiyayang*, dan *sepatu_warrior* dengan melalui *Online Communitiens*, *Interaction*, *Sharing Of Content*, dan *Accesibility*. *Online Communitiens* yang diikuti oleh *owner* adalah *communitiens* motor aerox dan akademi berbagi. *Interaction* dengan menggunakan sebuah fitur Instagram seperti Instagram *story* (pertanyaan & polling) dan juga *Direct Message*. *Sharing of content* juga digunakan oleh *owner* untuk memposting sebuah promosi dalam bentuk foto maupun video yang semenarik mungkin. Konten dalam bentuk foto maupun film pendek video yang menonjolkan produk yang ingin ditawarkan, *Accesibility* juga dipakai untuk penambahan sebuah postingan promosi dengan fitur sebuah *hashtag*, *hashtag* yang digunakan oleh *fleur.delune*, *jajanansiyayang* dan *sepatu_warrior* adalah *hashtag* yang sering dipakai untuk mempermudah pelanggan dalam pencarian produk. Diantara *hashtag* tersebut yaitu #bungagradsation, #kulinerpedas dan #sepatuwarrior. Selama melakukan promosi serta pemasaran *fleur.delune*, *jajanansiyayang*, dan *sepatu_warrior* memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram.

Kata kunci: *Sharing of content*, *Interaction*, *Online Comunitiens*, *Accesibility*, Instagram, Promosi.

ABSTRACT

Islamic University 45 Bekasi

Study of Communication Science

Faculty of Communications, Literature and Language

2022

Ikho Dwi Yulyanto

“Promotion of Student Entrepreneurial Products on Instagram Media”

Under the guidance Bapak Saepudin

Instagram can be a promotional tool used by entrepreneurs, because using promotions on Instagram is quite affordable in finding products that customers want to search for. One of them is in the entrepreneurial accounts fleur.delune, jajanansiyayang, and shoe_warrior which use Instagram as a medium for promotion and marketing of the products they sell. This study aims to find out how to use Instagram media for promotion and entrepreneurial marketing so that it can increase sales. This research is a descriptive qualitative research. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Data is collected through in-depth techniques. The results of the study show that the marketing promotion strategies used by fleur.delune, jajanansiyayang, and shoe_warrior are through Online Communitiens, Interaction, Sharing Of Content, and Accessibility. The online community that the owner participates in is the aerox motor community and the sharing academy. Interact using Instagram features such as Instagram stories (questions & polls) and also Direct Messages. Sharing of content is also used by the owner to post a promotion in the form of photos and videos that are as attractive as possible. Content in the form of photos and short video films that highlight the product you want to offer, Accessibility is also used to add a promotional post with a hashtag feature, the hashtags used by fleur.delune, jajanansiyayang and shoe_warrior are hashtags that are often used to make it easier for customers to search for products . Among the hashtags are #graduation flower, #spicy culinary and #warrior shoes. While carrying out marketing promotions fleur.delune, jajanansiyayang, and shoe_warrior take advantage of existing features on Instagram.

Keywords: Sharing content, Interaction, Online Community, Accessibility, Instagram, Promotion.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, selawat serta salam tak lupa penulis lunturkan kepada Baginda Rosul, Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa cahaya kebaikan untuk umat penjurur dunia, berkat cahaya penuntunya penulis mampu menyelesaikan penelitian dengan judul “Promosi Produk Wirausaha Mahasiswa di Media Instagram” yang akan diajukan sebagai syarat untuk mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Dalam proses penelitian ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Bapak Dr. Hermanto, M.M., M.pd selaku Rektor Universitas Islam “45” Bekasi.
- 2) Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.
- 3) Ibu Syabaningrum Prihartini, M.Hum selaku Wakil Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.
- 4) Ibu Tin Hartini, M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam “45” Bekasi.
- 5) Bapak Saepudin, M.Soc.Sc selaku pembimbing, karena telah bersedia meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing Penulis sejak awal penyusunan proposal Penelitian hingga akhir.
- 6) Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Unisma Bekasi, yang telah memberikan ilmunya kepada Penulis sehingga bermanfaat bagi penulis dalam pelaksanaan penelitian.
- 7) Bapak Toni Bestari dan Ibu Kamtiningsih selaku Orang Tua dari penulis.
- 8) Teman – teman jurusan, organisasi, dan sahabat yang telah mendukung serta memberikan semangat kepada penulis dalam melaksanakan penelitian hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa penulis penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak luput dari kesalahan serta kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kesalahan

dan kekurangannya. Tidak lupa penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca atau pihak lain guna menjadi evaluasi bagi penulis di masa mendatang.

Bekasi, 13 Juli 2023

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ikho Dwi Yulyanto', with a stylized, cursive script.

Ikho Dwi Yulyanto

NPM: 41182037190081

DAFTAR ISI

<u>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</u>	ii
<u>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</u>	iii
<u>LEMBAR PENGESAHAN</u>	iv
<u>SKRIPSI</u>	iv
<u>ABSTRAK</u>	v
<u>ABSTRACT</u>	vi
<u>KATA PENGANTAR</u>	vii
<u>DAFTAR ISI</u>	ix
<u>DAFTAR TABEL</u>	xii
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	x
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xiv
<u>BAB I</u>	1
<u>PENDAHULUAN</u>	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
<u>BAB II</u>	9
<u>TINJAUAN PUSTAKA</u>	9
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	9
2.1.1 Analisis Media Sosial Facebook dan Instagram Dalam Mengembangkan Bisnis Susu Racik Karsun Mataram.....	9

<u>2.1.2 Analisis Strategis Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shope Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam...</u>	10
<u>2.1.3 Penggunaan <i>Hashtag</i> Sebagai Varian Promosi Produk Pada Media Sosial Instagram.</u>	11
<u>2.1.4 Analisis Promosi Melalui <i>Food Blogger</i> Pada Media Sosial Instagram Terhadap Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMK) Kuliner di Way Halim Bandar Lampung</u>	11
<u>2.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat ini.</u>	12
<u>2.3 Kerangka Teori</u>	14
<u>2.3.1 Promosi</u>	14
<u>2.3.2 Media Instagram Marketing</u>	17
<u>2.3.3 Instagram</u>	20
<u>2.4 Kerangka Pemikiran</u>	21
<u>BAB III</u>	23
<u>METODE PENELITIAN</u>	23
<u>3.1 Jenis Penelitian</u>	23
<u>3.2 Unit Analisis</u>	23
<u>3.2.1 Key Informan</u>	24
<u>3.2.2 Informan</u>	24
<u>3.3 Teknik Pengumpulan Data</u>	25
<u>3.4 Definisi Konseptual</u>	27
<u>3.5 Teknik Analisis Data</u>	28
<u>3.6 Keabsahan Data</u>	30
<u>BAB IV</u>	32
<u>HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN</u>	32
<u>4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian</u>	32
<u>4.1.1 Profil Akun Wirausaha Mahasiswa</u>	32

<u>4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian</u>	35
<u>4.2.1 Startegi Promosi Pemasaran Wirausaha Mahasiswa</u>	35
<u>4.2.2 Media Sosial Instagram Wirausaha Mahasiswa</u>	39
<u>4.2.3 <i>Online Communitiens</i> (Komunitas Online)</u>	45
<u>4.2.4 <i>Interaction</i> (Interaksi)</u>	46
<u>4.2.5 <i>Sharing Of Content</i> (Berbagi Konten)</u>	51
<u>4.2.6 Accesibility (aksesibilitas)</u>	58
<u>BAB V</u>	62
<u>KESIMPULAN DAN SARAN</u>	62
<u>5.1 Kesimpulan</u>	62
<u>5.2 Saran</u>	63
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	64
<u>LAMPIRAN – LAMPIRAN</u>	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian.....	12
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram (2020-2022).....	3
Gambar 4.1 Profil Akun Instagram <i>Fleur.delune</i>	33
Gambar 4.2 Produk Wirausaha <i>bouquet fleur.delune</i>	33
Gambar 4.3 Profil Akun Instagram Jajanansiyayang.....	34
Gambar 4.4 Produk Wirausaha Jajanansiyayang.....	35
Gambar 4.5 Profil Akun Sepatu Warrior.....	36
Gambar 4.6 Produk Wirausaha Sepatu Warrior.....	37
Gambar 4.7 Quis Jajanansiyayang.....	50
Gambar 4.8 Kritik dan Saran Jajanansiyayang.....	51
Gambar 4.9 Poling <i>Giveaway</i> Jajanansiyayang.....	52
Gambar 4.10 Konten Promosi <i>Fleur.delune</i>	55
Gambar 4.11 Postingan <i>Feeds</i> Jajanansiyayang.....	56
Gambar 4.12 Postingan <i>Feeds</i> Sepatu Warrior.....	57
Gambar 4.13 <i>Highlight Fleur.delune</i>	58
Gambar 4.14 <i>Highlight</i> Jajanansiyayang.....	59
Gambar 4.15 <i>Highlight</i> Sepatu Warrior.....	60
Gambar 4.16 <i>Hastag Fleur.delune</i>	62
Gambar 4.17 <i>Hastag</i> Jajanansiyayang.....	63
Gambar 4.18 <i>Hastag</i> Sepatu Warrior.....	63

SKRIPSI IKHO

ORIGINALITY REPORT

16%	16%	4%	8%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%
2	repository.unair.ac.id Internet Source	2%
3	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	2%
4	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	2%
5	repository.stikomogyakarta.ac.id Internet Source	1%
6	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source	1%
7	jim.unsyiah.ac.id Internet Source	1%
8	www.kompasiana.com Internet Source	1%
9	wurips.staff.gunadarma.ac.id Internet Source	1%

10	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1%
11	repository.widyatama.ac.id Internet Source	1%
12	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1%
13	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1%
14	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1%
15	www.researchgate.net Internet Source	<1%
16	eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	<1%
17	ejurnal.unim.ac.id Internet Source	<1%
18	Submitted to Universitas Amikom Student Paper	<1%
19	www.academia.edu Internet Source	<1%

