

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA
PROMOSI PRODUK**

Studi pada *brand* RECLAYS

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



MUHAMMAD FADILLAH

1161003177

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan baik dan benar.

Nama : Muhammad Fadillah

NIM : 1161003177

Tanda Tangan :



Tanggal : 2023


HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Fadillah
NIM : 1161003177
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Peran Media Sosial Sebagai Sarana Promosi
Produk Studi pada *Brand* Reclays

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Mirana Hanathasia, MMediaPrac (..... )

Penguji 1 : Ari Kurnia, S.Ikom,M.Ikom (..... )

Penguji 2 : Suharyanti, M.S.M. (..... )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 05 Desember 2024

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu wa ta'ala yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Peran Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk” Studi pada *Brand Reclays*". Penyusunan skripsi ini dipersiapkan untuk realisasi mata kuliah skripsi pada semester terakhir. Untuk merealisasikan skripsi ini penulis memerlukan waktu sekitar 1 tahun yang digunakan untuk menentukannya. topik skripsi, mengumpulkan data-data yang diperlukan, mencari tinjauan pustaka yang sesuai dengan topik yang dibahas, melengkapi formulir yang diperlukan, dan berkonsultasi dengan pembimbing skripsi. Penulis membangun skripsi ini dengan berbagai kendala yang datang dari penulis sendiri maupun kendala yang datang dari luar. Namun berkat usaha keras, kesabaran, dukungan dari keluarga, konferensi dan sahabat, serta berkat rahmat yang penulis terima dari Allah SWT, akhirnya penulis berhasil menyelesaikannya. Tesis pada waktu yang tepat. Pengalaman dan pengerjaan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik berkat dukungan pihak-pihak yang membantu dan mendukung penulis. Dengan segala keikhlasan dan rasa syukur yang ingin penulis sampaikan kepada :

1. **Allah Subhanahu Wa Ta’ala**

Puji serta syukur, penulis senantiasa ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang selalu memberikan penulis berkah dan rahmat-Nya. Karena nikmat dan karunia Allah.

2. **Aris Reclays**

Terima kasih telah menjadi Sumber informasi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar dan memiliki pengalaman berharga berkecimpung di dunia *Fashion brand* di dalam Perusahaan. Sekaligus terima kasih juga telah bersikap sangat kooperatif setiap kali penulis membutuhkan bantuan terkait penyusunan Skripsi.

3. **Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016**

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari tahun pertama dan selalu memberikan warna kehidupan selama penulis menjalani perkuliahan dan mendukung penulis agar segera menyelesaikan laporan magang ini.

4. **Ibu Mirana Hanathasia, MMediaPrac**

Terima kasih telah menjadi sosok dosen pembimbing yang teliti, pandai, dan peduli dalam mengarahkan, penulis selama proses penyusunan Skripsi. Terima kasih juga atas kritik, saran, serta waktu yang telah diluangkan untuk memberikan konsultasi kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

5. **The Hamdani's**

Terima kasih kepada keluarga tercinta yang telah menjadi rumah, yang sangat suportif dan tidak pernah mengeluh apabila penulis lebih banyak menghabiskan waktu di kantor dan di depan *laptop* untuk menyelesaikan Skripsi dibandingkan berkumpul dengan kalian. Terima kasih selalu memberikan semangat, doa, dan selalu mengingatkan untuk menyelesaikan Skripsi ini.

6. **Natasha Fira Antaris**

Terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa yang tiada henti diberikan kepada penulis. Terima kasih selalu menemani penulis di kala senang maupun sedih dalam proses penulisan Skripsi ini.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muhammad Fadillah
NIM : 1161003177
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PRODUK STUDI
PADA *BRAND RECLAYS*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalifmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencerminkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Bekasi

Pada tanggal : 19 November 2024

Yang menyatakan



Muhammad Fadillah

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA
PROMOSI PRODUK
Studi pada *brand* RECLAYS
Muhammad Fadillah**

ABSTRAK

Saat ini perkembangan teknologi dan informasi mulai mendominasi segala bidang, termasuk teknologi dan informasi yang berbasis internet. Komunikasi pemasaran melalui media internet dapat memberikan manfaat dalam banyak bidang. Media sosial Instagram merupakan salah satu jenis Media *online* untuk pemasaran yang relatif berkembang pesat. Salah satu *brand* pakaian yang banyak beredar di Indonesia saat ini, khususnya yang menggunakan Instagram sebagai alat promosinya saat ini adalah "Reclays". Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif, karena dapat menggambarkan fenomena yang terjadi sehubungan dengan peran media sosial Instagram sebagai alat promosi produk Reclays. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka dijabarkan pembahasan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai "Peran media sosial Instagram sebagai alat promosi produk (studi pada Brand Reclays)". Kesimpulan bisa diambil sebagai berikut: Instagram sebagai sarana promosi produk terbukti dapat meningkatkan penjualan produk Reclays, dimana banyak fungsi yang dapat digunakan dalam sebuah akun Instagram, mulai dari *feed Instagram*, *hashtag*, *Insight* bahkan iklan Instagram, memaksimalkan penggunaan fitur dan media. tersedia di aplikasi Instagram. Dengan menggunakan Media *online* sebagai media promosi, Reclays mengalami beberapa perubahan yang cukup signifikan, diantaranya adalah perubahan jumlah pengikut pada akun media sosial Instagramnya. Pembelian dan peningkatan penjualan dinilai mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan sebelumnya.

Kata Kunci : Media *Online*, Komunikasi Pemasaran, Promosi Produk, Instagram.

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA
PROMOSI PRODUK**

Studi pada *brand* RECLAYS

Muhammad Fadillah

ABSTRACT

Currently, the development of technology and information is starting to dominate every line and field of life, including internet-based technology and information. Marketing communication through internet media can provide benefits in various fields. One type of Online Media that is developing relatively rapidly for marketing is Instagram social media. One of the clothing line brands that is currently booming in Indonesia, especially those using Instagram as a means of promotion is "Reclays". The researcher uses a qualitative approach with descriptive qualitative research because it can describe the phenomena that occur regarding the role of Instagram social media as a means of promotion for Reclays. Based on the research that has been conducted by the researcher, there is a discussion that has been described to answer the research question regarding "The Role of Instagram Social Media as a Means of Product Promotion (Study on the Reclays Brand)". The following conclusions can be drawn: Instagram as a means of product promotion has been proven to increase sales of Reclays products, where many features can be utilized in Instagram accounts, starting from Instagram Feed, Hashtag, Insight, and also Instagram Ads, by maximizing the use of features and media available in the Instagram application. By using Online Media as a Promotional Media, Reclays experienced quite significant changes, especially changes in followers of the Reclays Instagram social media account and an increase in sales that was felt to be quite significant compared to before.

Keywords: Online Media, Marketing Communication, Product Promotion, Instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II	13
KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1. Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	13
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran	20
2.2.1 Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication)	20
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	21
2.2.3 Promosi.....	22
2.2.4 Komunikasi Pemasaran Online	27
2.2.5 Internet.....	28
2.2.6 Digital Marketing	29
2.2.7 Pemilihan Media	30
2.2.8 Sosial Media Marketing.....	31
2.2.9 Media Sosial.....	31
2.2.10 Instagram.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37

BAB III.....	39
METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Objek Penelitian.....	40
3.2.1 Objek penelitian	40
3.2.2 Subjek Penelitian.....	40
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Sumber Data	40
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4 Definisi Konseptual	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	45
3.7 Keterbatasan Penelitian	48
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.3 Pembahasan.....	63
BAB V.....	68
KESIMPULAN.....	68
5.1 Simpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	72
Profil Informan	72
Hasil Wawancara	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	16
Tabel 3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	43
Tabel Data Informan Kunci	72
Tabel Hasil Wawancara	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram <i>Statistic</i>	4
Gambar 1.2 <i>Feed</i> Instagram Reclays.id.....	8
Gambar 1.3 <i>Screenshot</i> Profil Instagram Reclays.id.....	10
Gambar 1.4 Screenshot Feed Konten Promosi di Instagram Reclays.id....	11
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3.6 Triangulasi Teknis.....	46
Gambar 3.6 Triangulasi Sumber.....	47
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	49
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Reclays	52

DAFTAR LAMPIRAN

Profil Informan.....	72
Hasil Wawancara	74
Foto Peneliti dan Narasumber	82