

**PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMASARAN OLEH GUDEG MANGGAR LUWENG KAYU**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

MELLISA CHETERINA

190906918

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH
GUDEG MANGGAR LUWENG KAYU

SKRIPSI

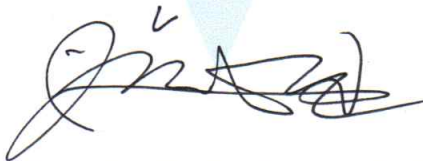
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

MELLISA CHETERINA

190906918

disetujui oleh :



Drs. Josep Joedhi Darmawan, M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran oleh Gudeg Manggar Luweng Kayu

Penyusun : Mellisa Cheterina

NPM : 190906918

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 26 Maret 2024

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang III Kampus 4 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Nobertus Ribut Santoso, SS., MA.

Penguji Utama

Drs. Josep Joedhi Darmawan, M.A.

Penguji I

Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom.

Penguji II


.....
Irene Santika Vidiadari, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mellisa Cheterina

NPM : 190906918

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran oleh Gudeg Manggar Luweng Kayu

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 13 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



Mellisa Cheterina

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini, saya persembahkan atas nama cinta:
orang-orang yang senantiasa menunggu dan menyerukan kasihnya
bagi akhir perjalanan studi Sarjana ini.

..with a love so true, you took me out of the blue.

Out of the Blue – MLTR

KATA PENGANTAR

Akhir dari penulisan karya skripsi ini, tidak akan pernah usai apabila peneliti tidak mendapatkan dukungan dari pihak-pihak yang telah menyisihkan waktu dan tenaga, guna sumbangsih pemikiran, maupun dukungan secara emosional. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran oleh Gudeg Manggar Luweng Kayu”** sebagai syarat dalam menyelesaikan studi Program Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Peneliti dedikasikan bagi mereka yang turut berperan, baik langsung maupun tidak langsung, dalam setiap langkah dan proses penyelesaian karya ini:

1. **Yesus Kristus, Sang Juru Selamat.** Terima kasih atas segala berkat dan perlindungan-Mu yang tepat pada waktunya. Sehingga, peneliti boleh menyelesaikan karya ini juga pada waktu yang tepat. Terima kasih juga atas perantara-Mu melalui kehadiran dan bantuan orang-orang dalam perjalanan peneliti, mereka diantaranya,
2. **Bapak Drs. Josep Joedhi Darmawan, M.A,** sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pemikiran-pemikiran kritisnya dalam mendukung karya ini. Terima kasih peneliti ucapkan sebesar-besarnya atas berbagai bantuan dan dukungan lainnya selama proses perkuliahan hingga penyusunan karya ini usai. Senantiasa bahagia dan sehat selalu, **Pak Jo, always black!**
3. **Jhoni S. P., dan Yenny S.,** sebagai orangtua peneliti. Terima kasih atas kesempatan dengan hati yang lapang dan panjatan doa tidak terputus bagi keberhasilan perjalanan akhir peneliti di universitas ini dari kejauhan. Hal-hal baik senantiasa menyertai hidup **Papa** dan **Mama**.
4. **Keluarga Yap dan Pace,** sebagai bagian dari hidup peneliti yang memberikan dukungan secara emosional bagi terselesainya karya ini. Terima kasih telah membantu dan menemani peneliti.
5. **Para Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Atma Jaya Yogyakarta,** terima kasih saya ucapkan kepada dosen akademik **Bu Olivia Lewi Pramesti,**

S.Sos., MA., dan dosen pengajar **Bu Yudi Perbawaningsih, Dra., M.Si., Dr.Phil., Bu Desideria Cempaka W., S.Sos., MA., Ph.D., Bu Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., MA., Bu Caecilia Santi Praharsiwi, S.I.Kom., M.A., Pak Meganusa Prayudi Ludvianto, S.I.P., M.Commun., Pak Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, S.I.Kom., M.I.Kom.**, serta dosen lainnya yang telah mendidik peneliti selama proses pembelajaran hingga karya ini usai. Terima kasih juga atas kepercayaan dan berbagai dukungan yang terus mengalir dalam perjalanan peneliti. Semangat melayani dalam cahaya kebenaran, **dosen-dosen kece FISIP!**

6. **Sherrin S. (Syeyin), Hana S. M. (Hanoy), Gloria A. S. (Glowy), Jesica O. (Jesikong), Stella S. S. S. (Stelloy), Gabrielle T. D. (Gabe), Ni Luh Ketut Tamara S. (Tamiri), Gusti Ayu Putu Ratna A. (Ratnoy), Devina K. S. (Devskuy), Patricia E. H. L. (Acis), Wulan S. H. (Wulsky), Danny H. (Danoy), Riko F. (Fur), Aditya D. T. S. (Adots), dan Adrianus Denis S. (Deniseu)**, sebagai teman seperjuangan yang peneliti banggakan karena telah terlebih dahulu menyelesaikan perjuangannya di universitas ini dengan membawa gelar Sarjana ke daerah masing-masing. Terima kasih atas dukungan dan canda-tawa bagi peneliti yang sempat terombang-ambing badai kehidupan akhir Sarjana. Terima kasih juga telah mewarnai Yogyakarta dengan begitu indah, sehingga masa studi peneliti di kota ini telah ditutup dengan berbagai kenangan manis. Sampai bertemu di lain kesempatan dan semangat berkarya di mana pun kalian berada, **Circle Kecil FISIP!**
7. **Priskila A. K.**, sebagai sahabat sedari sekolah dasar hingga waktu yang tidak ditentukan. Terima kasih atas dukungan melalui berbagai kalimat motivasi kepada peneliti saat kesulitan menerima kalimat positif dari lingkungan sekitar. Kalimat realistis dan *bar-bar* ala Priskila mampu membawa peneliti menduduki akhir masa perkuliahan ini. Tetap bersinar dan kuat seperti biasanya yang kamu lakukan, **PC**.
8. **Gudeg Manggar Luweng Kayu**, sebagai bahan topik penelitian karya ini. Terima kasih peneliti ucapkan kepada **Bu Rintania** dan **Mba Fila** selaku

narasumber peneliti dalam menunjang terselesainya skripsi ini. Terima kasih juga atas jamuan-jamuan yang selalu menemani obrolan ringan maupun berat semasa peneliti magang hingga skripsi ini resmi dinyatakan selesai. Tetap semangat dan selamat atas berbagai pencapaian GMLK untuk pelestarian kuliner tradisional Yogyakarta.

9. **Rumah Sakit Siloam Yogyakarta**, sebagai rumah sakit yang membantu peneliti saat sakit pada proses pengerjaan karya ini sepanjang tahun 2023. Terima kasih saya ucapkan kepada **Dr. Yessy Martha Sari, SpB** selaku dokter bedah, **Suster Rini** selaku perawat masa rawat jalan, dan **para suster** masa rawat inap di Siloam Yogyakarta atas bantuan dalam mengobati, melayani, serta mendukung peneliti untuk segera menyelesaikan karya ini.
10. **Stevie Wonder, Michael Learns To Rock (MLTR), Peabo Bryson, James Ingram, dan George Benson**, sebagai penyanyi dengan karya hebatnya yang menemani masa-masa skripsi peneliti. Stevie Wonder dengan lagunya “*Overjoyed*”, MLTR “*Out of the Blue*”, Peabo Bryson “*If Ever You’re in My Arms Again*”, James Ingram “*Just Once*”, dan George Benson “*Nothing’s Gonna Change My Love for You*”. Terima kasih atas lirik dan lantunan nada yang begitu indah sebagai pemantik semangat peneliti selama bertumbuh dengan penelitian ini.
11. **Diri sendiri**, sebagai penguat setia dalam segala kondisi, bahkan setiap detik. Walau harus menempuh perjalanan yang melelahkan, namun belum terlambat untuk menyelesaikan apa yang semestinya diselesaikan. Terima kasih telah menerima, memahami, dan menyelesaikan berbagai hal dengan baik. Setelah ini, akan banyak perjalanan lainnya yang lebih berat. Tapi, tambah-tambahlah kuat dan bijaksana nantinya. Selamat menjalani lembar hidup berikutnya, **Mellisa Cheterina, S.I.Kom.**

Bagi pihak lainnya yang ikut berperan juga dalam pencapaian peneliti melalui karya ini, namun belum tercantum di lembar pengantar, peneliti ucapkan terima kasih banyak. Semoga karya ini bukan sekadar pembuktian terselesainya masa kuliah peneliti, melainkan harapannya juga sebagai berkat bagi siapa pun yang membacanya.

Mellisa Cheterina

190906918

**PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMASARAN OLEH GUDEG MANGGAR LUWENG KAYU**

ABSTRAK

Penelitian ini membahas terkait penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran suatu pebisnis, khususnya dalam ranah kuliner. Persaingan bisnis kuliner cukup pesat ditandai dengan banyaknya pebisnis yang menjual produk serupa. Adanya fenomena tersebut, diperlukan strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan ketat. Para pebisnis dalam menjangkau calon konsumennya perlu menyampaikan dan memperkenalkan produknya melalui komunikasi pemasaran, salah satunya melalui penggunaan media sosial. Pada prosesnya, para pebisnis kuliner perlu menggunakan medium lain agar tujuan dapat tercapai dengan maksimal dan efektif, salah satunya penggunaan media sosial Instagram. Hal ini dilakukan oleh pebisnis kuliner tradisional Yogyakarta bernama Gudeg Manggar Luweng Kayu (GMLK) yang menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pemasarannya.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti mengangkat judul penelitian “Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran oleh Gudeg Manggar Luweng Kayu” dengan tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran oleh GMLK. Metode dalam penelitian ini yakni deskriptif kualitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan diantaranya reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Kemudian, terdapat dua teori utama yang digunakan dalam mencapai tujuan penelitian yakni bauran komunikasi pemasaran oleh Kotler dan Armstrong dengan konsep *social media marketing* bernama 4C oleh Chris Heuer.

Hasil dari penelitian ini GMLK telah melakukan beberapa aktivitas komunikasi pemasaran pada akun Instagramnya bernama @gudemanggarluwengkayu. Aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan di Instagram yakni periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, dan pemasaran langsung. Tiga diantara aktivitas komunikasi pemasaran tersebut juga telah melakukan empat indikator *social media marketing* 4C yakni konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi. Pada bauran komunikasi pemasaran langsung hanya menggunakan tiga indikator penggunaan media sosial dan tidak menggunakan indikator kolaborasi.

Kata kunci: Komunikasi pemasaran, *Social Media Marketing*, Instagram, GMLK.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN PENELITIAN	10
D. MANFAAT PENELITIAN	10
E. KERANGKA TEORI	11
1. Komunikasi Pemasaran	11
2. <i>Social Media Marketing</i>	22
3. Instagram.....	31
F. METODOLOGI PENELITIAN	38
1. Jenis Penelitian	38
2. Metode Penelitian.....	38
3. Objek Penelitian	39
4. Subjek Penelitian.....	39
5. Sumber Data	40
6. Teknik Pengumpulan Data	41
7. Teknik Analisis Data	45
8. Teknik Keabsahan Data	47
BAB II. DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	49
A. PROFIL GMLK.....	49
1. Sejarah GMLK	49
2. Visi dan Misi GMLK	55

3. Struktur Jabatan GMLK	56
B. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	56
BAB III. TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil Temuan Data	59
1. <i>Advertising</i> (Periklanan).....	63
2. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	81
3. <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	87
4. <i>Public Relations and Publicity</i> (Hubungan Masyarakat dan Publisitas). 100	
5. <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)	112
B. Pembahasan	124
1. <i>Advertising</i> (Periklanan).....	127
2. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	140
3. <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	142
4. <i>Public Relations and Publicity</i> (Hubungan Masyarakat dan Publisitas). 153	
5. <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)	168
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	176
A. Kesimpulan	176
B. Saran	178
DAFTAR PUSTAKA	181
Lampiran I: <i>Interview Guide</i> (Pedoman Wawancara)	184
Lampiran II: Tabel Pedoman Observasi	188
Lampiran III : Transkrip Wawancara.....	198

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 2. 1 Usaha Kuliner GMLK.....	50
Gambar 2. 2 Menu Paket Gudeg Manggar di GMLK.....	51
Gambar 2. 3 Akun Instagram GMLK	53
Gambar 2. 4 Struktur Jabatan GMLK	56
Gambar 2. 5 Wawancara Bersama Rintania	57
Gambar 2. 6 Wawancara Bersama Fila.....	58
Gambar 3. 1 <i>Insight</i> Rentang Usia dan Jenis Kelamin Akun Instagram Milik GMLK.....	62
Gambar 3. 2 Konten Video <i>Reels</i> “Sego Besek”	66
Gambar 3. 3 Konten Desain Grafis “Sego Besek Luweng Kayu”.....	67
Gambar 3. 4 Konten Desain Grafis “Paket Tamansari dan Paket Malioboro”	68
Gambar 3. 5 Contoh Susunan Isi Pesan Pada <i>Caption</i> Konten Desain Grafis “Paket Tamansari dan Paket Malioboro”	69
Gambar 3. 6 Contoh Konten Desain Grafis dan Video <i>Reels Soft Selling</i>	71
Gambar 3. 7 Kolom Komentar Konten Video <i>Reels</i> “Sego Besek”	73
Gambar 3. 8 Kolom Komentar Konten Desain Grafis “Paket Tugu Jogja dan Pojok Beteng”	76
Gambar 3. 9 Konten Video <i>Reels</i> Tema <i>Frozen</i> Dengan Zaskia Adya Mecca dan Farida Nurhan	77
Gambar 3. 10 Konten Desain Grafis “Kuliner Legendaris Khas Jogja”.....	89
Gambar 3. 11 Percakapan melalui <i>Direct Message</i> Instagram GMLK dengan Khalayaknya	95
Gambar 3. 12 Konten Desain Grafis “ <i>Pay Day Ceria</i> ”	97
Gambar 3. 13 <i>Repost Stories</i> Testimoni Pada <i>Story Highlights</i> Instagram Milik GMLK.....	103
Gambar 3. 14 Konten Desain Grafis Testimoni “Artis Wulan Guritno & Luweng Kayu”	103
Gambar 3. 15 Konten Video <i>Reels</i> “ <i>Review</i> dari Konsumen Gudeg Manggar Luweng Kayu”	104
Gambar 3. 16 Konten Video <i>Reels</i> “Kuliner Istimewa Jogja di Samping Gamplong Studio” Milik @jogjaku dengan <i>Tag Collaborator</i> Bersama @gudemanggarluwengkayu	108
Gambar 3. 17 Konten Video <i>Reels</i> ”Islam itu Indah (Trans TV) & Gudeg Manggar Luweng Kayu 4 Februari 2023”	109
Gambar 3. 18 Tampilan <i>Link</i> pada Fitur Bio Akun Instagram Milik GMLK.....	115
Gambar 3. 19 Contoh Konten Desain Grafis dan <i>Caption</i> “Bawa Jogja ke Rumahmu”	116
Gambar 3. 20 Tampilan Fitur <i>Saved Replies</i> pada <i>Direct Message</i> Instagram Milik GMLK.....	119

Gambar 3. 21 Penjelasan Tentang Gudeg Manggar Kepada Konsumen GMLK di <i>Direct Message</i> Instagram	120
Gambar 3. 22 Contoh Konten Desain Grafis Promosi Penjualan “Promo Rabu Ceria” dan “Kuliner Legendaris Khas Jogja”	144
Gambar 3. 23 Tampilan Konten Desain Grafis Promosi Penjualan Pada Fitur <i>Feed</i> Instagram @gudemanggarluwengkayu	146
Gambar 3. 24 <i>Caption</i> Konten Desain Grafis Terkait Syarat dan Ketentuan Promo “Pay Day Ceria”	150
Gambar 3. 25 Contoh Konten <i>Stories</i> Testimoni Pada Fitur <i>Highlights Stories</i> Akun Instagram Milik GMLK	157
Gambar 3. 26 Tampilan Konten Desain Grafis “Artis Wulan Guritno & Luweng Kayu” dan Video <i>Reels</i> “Review Dari Pelanggan Gudeg Manggar Luweng Kayu”	158
Gambar 3. 27 Contoh Konten <i>Stories</i> Testimoni Pada Hasil Unggahan Dari Dokumentasi Pribadi GMLK dan <i>Repost</i>	161
Gambar 3. 28 Tampilan Konten Video <i>Reels</i> “Kuliner Jogja di Samping Gamplong Studio” Pada Akun Instagram @gudemanggarluwengkayu dan @jogjaku	163