

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ART  
AGENCY**



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

Oleh :

**Nirbita Sahda Prayana**

**170906170**

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

**2024**

# HALAMAN PERSETUJUAN

## HALAMAN PERSETUJUAN

### PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ART AGENCY

#### SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

**NIRBITA SAHDA PRAYANA**

**170906190**

disetujui oleh :



**Irene Santika Vidjadari, S.I. Kom., M.A.**

Dosen Pembimbing

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

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI  
MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ART AGENCY

Penyusun : NIRBITA SAHDA PRAYANA

NPM : 170906190

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 2 Juli 2024

Pukul : 13.00

Tempat : Ruang Pendadaran 2, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Atma Jaya Yogyakarta

#### TIM PENGUJI

Penguji Utama

Sherly Hindra Negoro, S.I. Kom., M.I.Kom.

Penguji I

Irene Santika Vidiadari, S.I. Kom., M.A.

Penguji II

Caecilia Santi Praharsiwi, S.I. Kom., M.A.

Irene Santika Vidiadari, S.I. Kom., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NIRBITA SAHDA PRAYANA

NPM : 170906190

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ART AGENCY

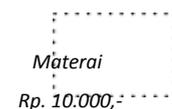
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

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 keserjanaan saya.

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

Yogyakarta, 19 Juni 2024

Saya yang menyatakan,



Nirbita Sahda Prayana

## **ABSTRAK**

Antusiasme para pengguna sosial media Instagram di Indonesia dapat dikatakan mengalami kenaikan setiap waktu. Instagram disebut sebagai media sosial yang paling efektif untuk mempromosikan sebuah bisnis, hal tersebut disampaikan oleh Hootsuite Social Trends 2021. Kini berbagai kegiatan bisnis telah menggunakan sosial media Instagram untuk mempromosikan barang atau jasa yang mereka jual, hal ini berkaitan dengan komunikasi pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat penggunaan Instagram pada sebuah kegiatan komunikasi pemasaran pada *art agency* Jogja Painting. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan tentang Instagram yang digunakan untuk kegiatan komunikasi pemasaran pada penjualan jasa mural. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan teori Bauran Pemasaran berdasarkan 7 pilar yaitu *product, price, promotion, place, people, process*, dan *physical evidence* (Selang, 2013). Data dalam penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara dengan 2 pihak internal Jogja Painting, dan 2 konsumen Jogja Painting.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa fitur-fitur yang dimiliki oleh Instagram yang memudahkan dan menunjang para pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram.

Kata Kunci : *Komunikasi Pemasaran, Instagram, Art Agency*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dari awal hingga akhir dengan baik. Skripsi yang berjudul “PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ART AGENCY” ini peneliti selesaikan sebagai syarat penyelesaian Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini ada banyak doa serta dukungan yang peneliti terima dari berbagai pihak sehingga penulis mampu melalui berbagai hambatan serta rintangan pada saat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan YME atas berkat dan bantuan tangan-Nya yang membantu peneliti saat melakukan penelitian skripsi ini.
2. Kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan bantuan berupa semangat serta bantuan finansial pada peneliti selama menjalankan perkuliahan di Atma Jaya Yogyakarta kurang lebih 7 tahun.
3. Ibu Vivi selaku dosen pembimbing yang sangat sabar dan baik hati membimbing peneliti di sisa akhir waktu kuliah ini, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Bagus Prasetya selaku pacar peneliti yang selalu memberikan semangat, dan menemani peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini, mendengarkan keluh kesah peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini dari awal hingga akhir.

5. Paw Paw, Pablo dan Jojo, 3 anabul dari peneliti yang selalu menghibur saat peneliti jenuh mengerjakan penelitian ini.
6. Serta teman-teman seperjuangan FISIP angkatan 2017 yang selalu berbagi keluh kesah serta informasi tentang perkuliahan, serta memberikan kebahagiaan dan semangat dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini.

Yogyakarta, 19 Juni 2024

Nirbita Sahda Prayana

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>2</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>3</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>4</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>5</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>10</b>
A. Latar Belakang.....	10
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	16
E. Kerangka Teori.....	17
F. Metodologi Penelitian.....	28
<b>BAB II DESKRIPSI SUBJEK DAN WILAYAH</b>	
<b>PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	35
B. Visi Misi Perusahaan.....	36
C. Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan.....	37
D. Lokasi Perusahaan.....	39
E. Subjek Penelitian.....	39
<b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Temuan Data.....	41
B. Analisis Data.....	52

<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>