

No 5760/KOM-D/SD-S1/2023

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PROMOSI SMARTPHONE PADA AKUN @PS. STORE_PEKANBARU**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

oleh :

NUR HATIFAH

11940321976

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2023

© Hak cipta milik UIN S

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menguraikan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN
SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
SMARTPHONE PADA AKUN @PS.STORE_PKANBARU

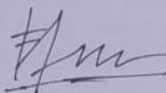
Disusun oleh

Nur Hatifah

NIM: 11940321976

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal: 20 Januari 2023

Pembimbing

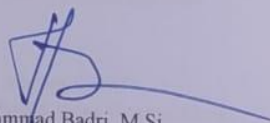


Firdaus El Hadi, M.Soc, Sc

NIP.19761212 200312 1 004

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



dr. Muhammad Badri, M.Si

NIP. 198103132011101004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Nur Hatifah
NIM : 11940321976
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Smartphone pada Akun @ps.store_pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 13 April 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 April 2023



Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua Penguji I,

Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19710612 199803 1 003

Penguji III,

Dr. Usman, M.I.Kom
NIK. 130 417 119

Sekretaris/ Penguji II,

Febby Amelia Trisakti, M.Si
NIP. 19940213 201903 2 015

Penguji IV,

Tika Mutia, M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

UIN SUSKA RIAU

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : NUR HATIFAH
NIM : 11940321976
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Smartphone Pada Akun @Ps.store_pekanbaru

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 18 Januari 2023

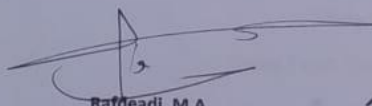
Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 18 Januari 2023

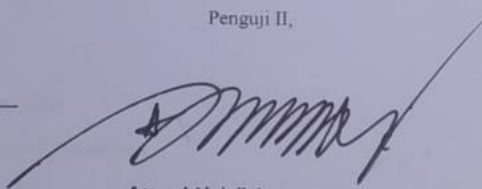
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,



Rafdeadi, M.A.
NIP.19821225 2011011011



Assyari Abdullah, M.I.Kom
NIK. 130 417 023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NUR HATIFAH
NIM : 11940321976
Tempat/Tgl. Lahir : HIDUPBARU, 31 DESEMBER 2001
Fakultas/Pascasarjana : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Prodi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI SMARTPHONE PADA AKUN @PS STORE -
PEKANBARU

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 03 APRIL 2023
Yang membuat pernyataan



NUR HATIFAH

NIM : 11940321976

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 03 April 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Nur Hatifah
NIM : 11940321976
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Smartphone Pada Akun @ps.store_pekanbaru

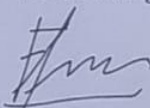
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

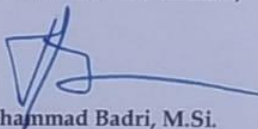
Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,



Firdaus El Hadi, M.Soc.Sc
NIP.198103132011011004

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

ABSTRAK

Nama : Nur Hatifah
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Smartphone Pada Akun @Ps.store_pekanbaru

Media sosial Instagram ini merupakan media yang membagikan baik itu foto, hingga video dengan cara di unggah melalui fitur yang ada, agar supaya dapat di ketahui secara publik hingga ke berbagai pengguna media sosial Instagram yang lain. Karena media sosial Instagram ini bersifat publik dan siapapun bisa mengetahuinya tanpa ada batas ruang dan waktu. Tujuan dari meneliti dari akun @ps.store_pekanbaru adalah ingin mengetahui cara pemanfaatan media sosial Instagram yang di gunakan sebagai media promosi smartphone. Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan metode pengumpulan datanya menggunakan wawancara, dan observasi hingga dokumentasi, dan menggunakan teknik analisis data dari model Miles dan Huberman yaitu mulai dari reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @ps.store_pekanbaru ini di pilih sebagai media promosi dan tujuannya yaitu dengan melakukan pemanfaatan sebagai media promosi melalui fitur fitur yang tersedia di Instagram dari Instagramstory, video reels, foto, likes, komentar, hastag ataupun tanda pagar #, lokasi (geotagging), dan tak lupa pula penambahan caption sebagai pelengkap postingan, kegiatan mempromosikan secara konsisten dan memaksimalkan fitur yang ada.

Kata kunci: Instagram, Media Sosial, Promosi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Nur Hatifah
Study Program : Communication Science Study Program
Title : Utilization of Instagram Social Media as a Media for Smartphone Promotion on the @Ps store Pekanbaru account.

Instagram social media is media that shares both photos and videos by uploading them through existing features, so that they can be known publicly to various other Instagram social media users. Because Instagram social media is public and anyone can find out about it without any space and time limits. The purpose of researching from the @ps.store_pekanbaru account is to find out how to use Instagram social media as a media for smartphone promotion. The approach used in this study uses a qualitative approach, and the data collection method uses interviews and observation to documentation, and uses data analysis techniques from the Miles and Huberman models, starting from data reduction, data display, and drawing conclusions. The results of the study show that the @ps.store_pekanbaru account was selected as a promotional medium and its purpose is to make use of it as a promotional medium through the features available on Instagram from Instagram stories, video reels, photos, likes, comments, hashtags or hashtags #, location (geotagging), and don't forget to add captions as a complement to posts, consistently promote activities and maximize existing features.

Keywords: Instagram, Social Media, Promotions.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatulahi Wabarokatuh.

Puji syukur atas berkat kehadiran Allah YME, yang telah memberikan kita nikmat hidup, sehingga kita masih bias menghirup udara segar secara gratis, tanpa membayar sehingga kita semua masih bisa melaksanakan segala aktivitas sehari hari dengan sebaik baiknya. Karena dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah hirrobil alamin ,maka kekuatan doa untuk mengucap syukur tiada ruginya. Justru itu membuat kita untuk lebih bersyukur karena apa ati dari arti kesempatan hidup, sehingga samapai saat ini ,detik ini masih mendapatkan kesempatan untuk mengikuti arahan hidup, dan menjalakan tugas yang sudah di tentukan guna untuk menghasilkan sebuah karya karya itu yang nantinya akan di kenang dalam seumur hidup . Karena itulah penting bagi kita semua untuk menikmati kesempatan kali ini , Amin yarobal alamin.

Tugas penelitian program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul "**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Smartphone Pada Akun @Ps.store_pekanbaru**". Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi kepada penulis terutama kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak Prof Dr. Hairunas, M.A.g., Wakil Rektor I, Dr. Helmiati, M.Ag. Wakil Rektor II, Dr. Mas'ud Zein, M.Pd. Wakil Rektor III, Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D serta seluruh civitas akademik UIN SUSKA Riau.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil Dekan I Dr. Masduki, M.Ag., Wakil Dekan II Dr. Toni Hartono, M.Si., dan Wakil Dekan III Dr. H. Arwan, M.Ag.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bapak Firdaus El Hadi M,Sos,Sc selaku pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak Dr. Usman, M.I.Kom sebagai pembimbing / penasehat mengenai masalah academic yang selalu memberi nasehat dan arahan kepada jalan yang baik.
6. Tak lupa mengucapkan terimakasih pula kepada dosen yang berada di kawasan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi dan para dosen dosen yang telah membimbing, mengarahkan, dan mengajarkan ilmu ilmu yang berkaitan di bangku perkuliahan terkhusus prodi Ilmu Komunikasi baik itu pada saat di lingkungan kampus maupun saat di luar lingkungan kampus.
7. Para staff tata usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu penulis dalam mengurus segala surat menyurat penelitian ini.
8. Tak lupa pula mengucapkan terimakasih banyak terutama kepada Ayah dan Ibu tercinta, kakak tercinta, abang ku tercinta, saudara ku serta keponakan ku tersayang, tetangga ku terdekat yang senantiasa memberikan doa, serta rasa semangat dalam proses penggarapan proposal skripsi, berkat kalian semua saya semangat dalam proses perjuangan ini
9. Terimakasih terkhusus buat sahabat dari kecilku buat Oktaviana Nur Fadhilah yang hingga sampai saat ini yang selalu mensupport diriku untuk tetap semangat dan pantang menyerah dalam menimba ilmu di UIN SUSKA RIAU.
10. Terimakasih terkhusus juga buat adik angkat ku tercinta Altra (Aliya Rie Ramadhani) yang saat ini sedang sama sama sedang menempuh di jenjang Pendidikan juga, dan yang selalu mensupport diriku, menghibur dan memberikan banyak masukan kebaikan serta memberikan semangat.
11. Terimakasih untuk teman-teman mahasiswa Program Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.terutama Alfatu Hasanah, Alwi Rahmadhani, Arwita Oktari, Deden Mikola, Evi Desmiati ,Firah Nabilla, Jenny Zelgia, Jessica Ananta, Nur Hidayani Sasnur, Nur Indah Saputri, Selfi Sapitri,Sindy Purnama Sari, Tania Natasha Ayu ,Tiara Nafrindiani, Tommy Hardiansyah, yang telah memberikan atas semangat dan kebaikan yang telah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diberikan mendapat keridhaan Allah SWT, dan penulis skripsi ini dapat memberikan suatu manfaat yang cukup berarti kepada setiap para pembaca.

12. Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh warga Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019, terkhusus buat kawan kawan sekelas seperjuangan ku yang saat ini telah sama sedang berjuang di dunia per skripsian. Dan terimakasih telah memberikan segala semangat, arahan, koreksi, serta ucapan terima kasih juga kepada rekan-rekan mahasiswa kelas Ilmu komunikasi Broadcasting D yang telah memberikan masukan dan saran yang cocok untuk menyelesaikan tugas proposal atau skripsi pada penelitian ini.

Pekanbaru, Januari 2023

Penulis

UIN SUSKA RIAU

NUR HATIFAH

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Istilah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Konsep Operasional	21
2.4 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	29
3.3 Sumber Data Penelitian.....	30

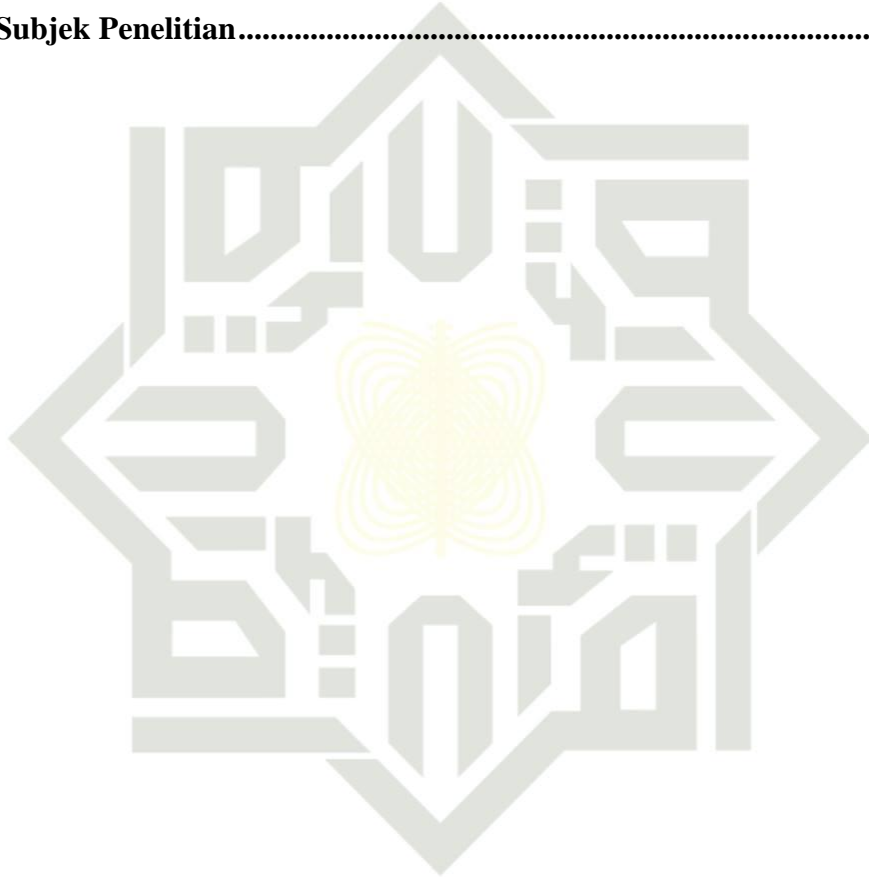
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4	Informan Penelitian	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	31
3.6	Validitas Data	33
3.7	Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM		
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
5.1	Hasil Penelitian.....	41
3.1	Pembahasan.....	74
BAB IV PENUTUP		
6.1	Kesimpulan	78
6.1	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Bagan Kerangka Pikiran.....	28
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	31



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hasil penelitian Hootsuite pengguna Instagram.....	4
Gambar 1.2 Hasil penelitian Hootsuite sosial media favorit	5
Gambar 4.1 Akun Instagram @Ps.store_pekanbaru	37
Gambar 4.2 Logo Profil @Ps.store_pekanbaru	37
Gambar 4.3 Halaman Utama Instagram @ps.stor_pekanbaru	38
Gambar 4.4 Screenshot Highlight @Ps.store_pekanbaru.....	39
Gambar 4.5 Lokasi penelitian toko Ps.store_pekanbaru	40
Gambar 5.1 Promosi via Foto @Ps.store_pekanbaru	68
Gambar 5.2 Promosi Via Reels @Ps.store_pekanbaru	69
Gambar 5.3 Promosi via Reels @Ps.store_pekanbaru	70
Gambar 5.4 Promosi Via Instastory @Ps.store_pekanbaru	71
Gambar 5.5 Screenshot Komentar followers @ps.store_pekanbaru	72
Gambar 5.6 Screenshot Postingan Yang Di Sukai.....	73

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa dasawarsa terakhir ini, teknologi informasi komunikasi telah berkembang. Dan salah satu bentuk perkembangan yakni internet. Dan saat inilah internet sangat digemari hampir semua masyarakat. Adanya internet, kini masyarakat dapat saling terjalin satu dengan lainnya tanpa batasan waktu serta ruang. Salah satu perkembangan internet sebagai media komunikasi dengan kemunculan media sosial. Dengan hadirnya medsos maka banyak memberikan mengenai perubahan di berbagai kebutuhan kehidupan.¹

Media sosial saat ini semakin berkembang menawarkan dari berbagai bentuk dalam penyebaran akan info yang dapat di akses di segala kalangan. Media sosial merupakan tempatnya orang-orang dalam berhubungan dalam membentuk komunikasi, saling bertukar pendapat, membagikan informasi dalam bentuk apapun yang dapat dishare dengan cepat dan dapat mempengaruhi dari sudut cara pandang, lifestyle hingga kebudayaan dan bangsa. Media sosial menawarkan dengan berbagai bentuk kemudahan dalam menyebarkan dan penerimaan informasi. Salah satu dari penggunaan media sosial untuk usaha seperti saat ini yaitu sebagai saluran media komunikasi. Dan bentuk dari media komunikasi pada media sosial itu adalah iklan. Iklan yang dilakukan di media sosial inilah sedang sangat hangat hangatnya dan iklan ataupun mempromosikan dalam media sosial inilah merupakan cara yang sangat efisien bagi para pembisnis untuk memperkenalkan jasa maupun produknya dengan cara yang mudah dan murah.²

Seiring dari perubahan zaman, media yang ada dalam membagikan informasi mengenai iklan juga ikut berubah. Pada zaman dahulu iklan itu di siarkan lewat radio,

Nia Sapma Apriliana, Endhar Priyo Utomo. Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. Jurnal komunikasi, Volume 13, Nomor 2, April 2019, Hal 180

Nuning Kristiani. Analisis Pengaruh Iklan Di media Sosial Dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Yogyakarta. Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Vol 24. No 2 Maret 2017 hal 197 -198.

poster, serta pamflet. Untuk saat ini iklan ataupun mempromosikan itu bisa lewat media sosial, bisa juga melalui website, serta media baru lainnya.³

Menurut Puntoadi, sosial media ini merupakan fitur yang sifatnya berbentuk web dan dapat membentuk jaringan dan bisa saja menghubungkan seseorang untuk berhubungan ataupun berinteraksi ke dalam komunitas. Pada sosial media ini kita bisa melakukan dalam berbagai bentuk penukaran, kolaborasi antar sesama, saling mengenali dalam bentuk tulisan, visual, ataupun audiovisual. Seperti halnya aplikasi Twitter, FB, Blog, Foursquare, dan media sosial lainnya.⁴

Iklan adalah segala bentuk presentasi, promosi ide ini yang sifatnya tidak privat mengenai terkait pada barang ataupun jasa serta memerlukan perantara. Di dalam sebuah iklan yang telah di buat ini memiliki unsur unsur yang agar mudah dan selalu teringat di benak terutama terhadap khalayak ataupun konsumen. Dalam iklan ini juga memiliki tujuan yang jelas serta harus sesuai dengan target terutama khalayak umum, serta pencapaian juga di tentukan dalam kurun waktu tertentu.⁵

Akun Instagram @Ps.store_pekanbaru sebenarnya memiliki akun media sosial bukan cuman hanya Instagram saja namun memiliki media sosial lainnya seperti Tiktok. Dan dari sinilah akun Instagram telah di pilih oleh admin @Ps.store_Pekanbaru itu sendiri karena sudah memiliki banyak pengikut serta admin ini juga lebih sering aktif di media sosial Instagram ini dengan dibuktikan melalui hasil postingan di beranda mitrahotelpku itu sendiri. Media sosial Instagram ps.store pekanbaru setelah peneliti melakukan kegiatan observasi bahwa admin telah melakukan pembaharuan konten terutama pada postingan foto serta reels secara berkala atau terbilang rutin. PS.store_pekanbaru ini merupakan cabang dari akun resmi PS.store yang telah mengiklankan berbagai macam jenis smartphone yang yang berada dan kemudian menyebarluaskan melalui postingan yang berbentuk foto serta video reels, serta tak

Geraldi Yohanes, Sisca Aulia. Pengaruh Efektivitas Iklan Instagram Men's Biore #Cerah BukaJalan Pada Brand Awareness. Jurnal Prologia Vol. 6, No. 2, Oktober 2022, Hal 423

Febriyana Syah Putri Nasution, Ama Suyanto. Efektivitas Iklan Media Sosial Menggunakan EPIC AC Nielsen Pada Operator Seluler Di Indonesia. Jurnal w-Proceeding Of Management Vol 3 No 3 Desember 2016. Hal 2666

Adisya Resti Rahmadanti, Krisnayanti Aditasari, Berto Mulia Wibawa, dan Satria Fadil Persada. Efektivitas Strategi Iklan dengan Menggunakan Instagram Ads untuk Meningkatkan Penjualan dan Branding Produk: Studi Kasus Privet.id. Jurnal Sain Dan Seni ITS, Vol 10 No 1 2021 Hal 113

pula pula pada postingan foto & reels mencantumkan beberapa unsur penting seperti caption, lokasi, serta hastag.

Di sini admin Instagram @Ps.store_pekanbaru telah memanfaatkan dalam pembuatan konten melalui fitur feeds yaitu foto dan reels pada postingannya. Karena hal tersebut bisa di lihat dari beberapa jumlah viewers itu tertarik dalam melihat postingan dari isi postingan terutama pada fitur reels yang telah di buat. Kemudian dalam pembuatan konten di Instagram milik @Ps.store pekanbaru ini merupakan cara yang paling sederhana, mudah. Dari sekian banyak jenis media mulai dari media cetak, media massa, media sosial lah yang di pilih karena media sosial terutama Instagram dalam mengiklankan mengenai seputar handphone canggih, dan lebih fokus melalui postingan feeds di Instagram yaitu foto serta reels yang telah dibuat oleh admin pemilik @Ps.store_pekanbaru..

Iklan atau promosi melalui media sosial yang biasa di deskripsikan sebagai iklan yang berbentuk online tergabung ke dalam bentuk interaksi antar pengguna dan telah di setuju oleh kebanyakan para konsumen untuk di sebarluaskan, di tayangkan ataupun dibagikan. Ada beberapa alasan yang logis karena saat ini Instagram itu sebagai media sebagai alat ataupun media yang sangat cocok untuk dalam mempromosikan ataupun mengiklankan produk. Yang paling utama adalah baik itu yang mempunyai produk barang bisa menampilkan pada ke dalam bentuk video ataupun foto dari produk dan ditambahkan pula keterangan deskripsi yang simpel, singkat dan dapat menjelaskan mengenai kejelasan produk yang telah di tawarkan melalui Instagram. Kemudian selain itu Instagram juga memiliki fitur Instagram ads yang ada sejak bulan 10, tahun 2013.

Peranan promosi atau periklanan di era modern seperti saat ini tidak bisa dihindarkan. Karena setiap kebutuhan akan promosi atau iklan sangat di butuhkan. Di dalam hal promosi itu sudah menjadi hakikatnya untuk menyebarkan info supaya para pengguna nyata ataupun potensial dapat mengenal lebih jauh pada produk yang bersangkutan. Diantara produk serta promosi atau iklan itu tidak bisa dipisahkan, karena harus seimbang dari produk serta di dukung dengan teknik promosi ataupun iklan yang tepat. Biasanya pemilik pemilik toko ini melakukan promosi ataupun iklan itu melalui brosur, situs website, dalam mengiklankan ataupun mengenalkan barang, produk, jasa yang telah di tawari kepada para calon konsumen. Karena dari itulah, akun Instagram yang menjadi media dalam promosi/ iklan secara online di Instagram bisa juga sebagai penghasil cuan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

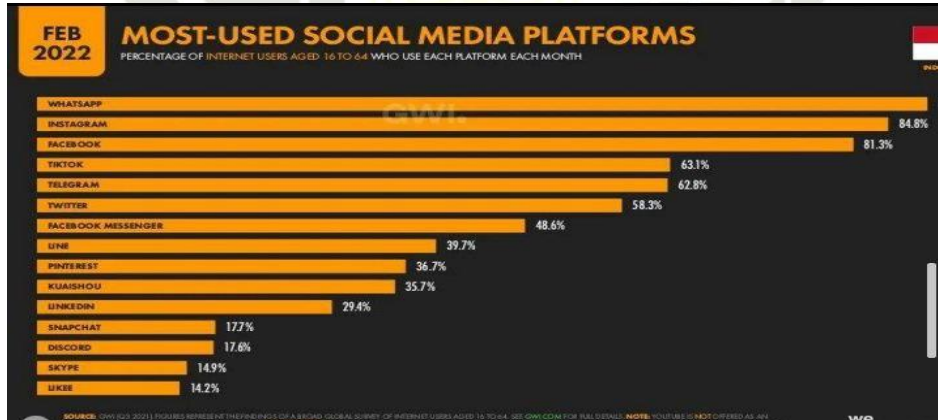
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

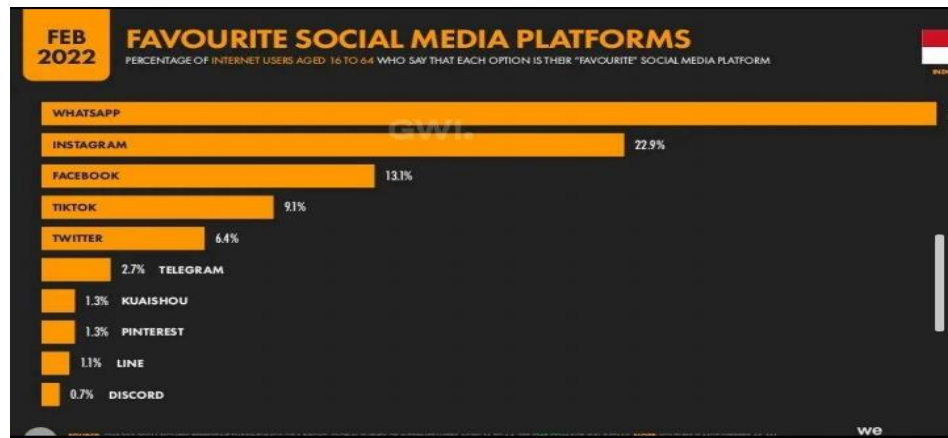
Instagram dari @Ps.store_pekanbaru telah melakukan kegiatan promosi/ iklan melalui postingan yang berupa inststory, foto, dan tak lupa pula melalui reels. Namun peneliti lebih fokus melakukan penelitian ke 2 fitur yaitu melalui foto serta reels, alasan peneliti tidak menganalisa ataupun memantau melalui snapgram, di snapgram itu postingan bisa saja hilang dalam durasi waktu yang cukup satu hari yaitu 24 jam saja. Maka dari itulah peneliti memiliki alasan tersendiri dan di rasa lebih memudahkan dalam melakukan observasi dari tampilan secara langsung pada saat melakukan pantauan secara nyata mengenai konten yang telah dibuat oleh admin ps.store_pekanbaru.

Berkat dari hasil riset hootsuite mengenai terkait pengguna media sosial ini berbasis survey di Indonesia terbilang sangat banyak jumlahnya. Dan riset yang telah di lakukan pada agensi marketing sosial We Are Social yang mana telah melakukan kerja sama kepada situs layanan dalam bentuk jaringan Hootsuite ini pada sekitar satu tahun terakhir dan di sini pengguna Instagram terbilang 84,8%. Dan sosial media favoritnya yaitu Instagram di urutan ke 2 yakni terbilang 22,9.⁶

Gambar 1.1 Hasil penelitian Hootsuite pengguna Instagram



<https://hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> di akses pada Senin, 30 Januari 2023 pukul 11:40 WIB



Gambar 1.2 Hasil penelitian Hootsuite sosial media favorit

Semakin majunya dunia teknologi yang sudah menyebar di seluruh dunia terkhusus Indonesia, saat ini sudah banyak yang menggunakan teknologi canggih smartphone. Smartphone itu menjadi kebutuhan yang primer di zaman sekarang. Dan bagi para pembisnis tentu akan memanfaatkan media media yang canggih dan efisien dalam mempromosikan baik itu produk ataupun jasa. Dan adanya kenaikan yang signifikan berupa dari perkembangan teknologi yang telah di dimanfaatkan untuk iklan dan promosi dapat membantu dan membuka tentang wawasan pengetahuan bagi masyarakat terutama bagi masyarakat sekitar wilayah Pekanbaru panam bahwa adanya Promosi, iklan yang telah di lakukan melalui Instagram @Ps.store_pekanbaru dalam menayangkan produkn smartphone melalui fitur yang ada.

Maka dari sinilah peneliti tertarik untuk meneliti pada objek Instagram pada akun Instagram PS.store Pekanbaru sebagai judul penelitian " Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi/iklan smartphone melalui foto dan reels pada akun Instagram @Ps.store_pekanbaru".

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1 Penegasan Istilah

a. Pemanfaatan

Pemanfaatan ini merupakan suatu solusi yang bisa di gunakan dalam mempermudah proses kegiatan dalam menyampaikan segala informasi dalam bentuk barang atau jasa via web ataupun media sosial.⁷

b. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah aplikasi yang bisa berbagi informasi dan dapat saling berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk dalam ikatan hubungan sosial melalui media internet sebagai jembatan untuk sharing berbagai informasi.

c. Smartphone.

Smartphone merupakan alat telepon seluler yang kembangkan melalui sistem operasi andro yang di kelola oleh google, serta IOS yang di kembangkan oleh perusahaan Apple

3.1 Rumusan Masalah

Bagaimana @Ps.store_pekanbaru dalam memanfaatkan Instagram sebagai media promosi smartphone melalui Instagramnya?

4.1 Tujuan Penelitian

Ingin mengetahui cara pemanfaatan @Ps.store_pekanbaru dalam mempromosikan smartphone melalui media sosial Instagram.

Ade Nurhayati Kusumadewi. Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 No. 2 September 2020. Hal 90.

5.1 Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Kegunaan secara teoritis ini agar nantinya dapat terhubung langsung dan dapat menerapkan secara logis dan sesuai dengan teori yang cocok dengan tema penelitian yang telah di ambil dan dapat di jadikan sebagai bahan rujukan, referensi di pustaka pada program studi Ilmu Komunikasi terutama di bidang broadcasting.

b. Secara Praktis

- 1) Melalui penelitian ini mudah mudahan dapat memberikan banyak tentang informasi kepada pembaca mengenai promosi / iklan smartphome melalui konten feeds Instagram (foto dan reels) Instagram @Ps.store_pekanbaru.
- 2) Bagi admin media sosial Instagram milik @Ps.store_pekanbaru, dapat di jadikan sebagai bahan evaluasi untuk kinerja dalam proses pembuatan konten terutama dalam mempromosikan smartphome di toko serta dapat meningkatkan pemberdayaan dalam pembuatan konten agar semakin lebih membaik dari masa ke masa dan melakukan sebuah inovasi baru dalam mengiklankan jasa yang telah ada di layanan Instagram milik ps store pekanbaru
- 3) Menjadi bahan referensi dan kajian pustaka bagi Fakultas akwah dan Ilmu Komunikasi, terutama di bidang prodi Ilmu Komunikasi Uin Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.1 Sistematika Penulisan

Sistematis penulisan disini adalah sebagai bahan system yang di atur dengan sedemikian rupa agar dapat terarah secara terstruktur dengan urutan yang sesuai dengan panduan yang telah ada. Berikut sistematika pada penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

ini adalah bagian yang menjelaskan mengenai tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, kemudian menjelaskan juga bagaimana sistematika penulisan dengan cara terstruktur berdasarkan ketentuan yang ada.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Di bagian bab ini membahas mengenai penjelasan dari kajian teori, kajian terdahulu, dan konsep teori apa yang di gunakan. Kemudian di bagian inilah yang akan membahas dari kajian yang akan di jadikan pada bahan penelitian selanjutnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Ini membahas tentang seputar mengenai masalah dari apa yang ada, dan menjelaskan cara menggunakan metode apa dalam penelitian ini, kemudian menjelaskan mengenai lokasi dari penelitian, menjelaskan secara detail dari teknik dalam pengumpulan data serta penjelasan teknik analisis data yang telah di peroleh dari penelitian.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Pada bagian ini peneliti menjelaskan dari gambaran umum untuk mengenai lokasi penelitian ataupun yang menjadi bahan objek penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini yaitu membahas tentang dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, mulai dari pion poin yang wajib di bahas dari data yang telah didapat di lapangan.

BAB VI PENUTUP

Bab terakhir ini adalah membahas mengenai hasil dari semua yang ada di dalam pembahasan, dan di sini peneliti menyimpulkan secara singkat, detail agar nantinya mudah dipahami dan di ambil intisarinnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Di penelitian ini peneliti telah memakai jenis dari berbagai banyak sumber kajian mulai dari jurnal artikel yang seluruh dati isi ini telah berkaitan dengan isi dari tema penelitian, maka dari itu peneliti akan mengkaji dari beberapa bahan penelitian dari bahan tinjauan pustaka, dan beberapa penelitian terdahulu yang telah ada untuk dijadikan sebagai bukti penguat dari referensi.

- a.) Penelitian yang telah di lakukan oleh Alya Nur dan Ririn Puspita Tutiasr yang berjudul Pemanfaatan Instagram @Dapurbalikpapan Sebagai Media Promosi Kuliner Kota Balikpapan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki berbagai manfaat dan kelebihan bagi para pelaku usaha kuliner pada saat berlansungnya pandemi. Promosi menggunakan instagram dianggap lebih efektif dan efesien karena tidak memerlukan biaya yang besar dan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan brandawarness.⁸

Kemudian yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah sama sama ingin melihat dari pemanfaatan medsos Instagram dalam mempromosikan usaha usaha yang telah ada dan melakukan sharing ke khalayak umum melalui fitur yang tersedia di Instagram.

Dan yang menjadi perbedaannya adalah lebih ke objek penelitian, dimana penelitian terdahulu pembahasannya itu lebih fokus mempromosikan jenis jenis usaha UMKM di bagian kulineran, kemudian perbedaan selanjutnya dengan peneliti itu meneliti di bagian promosi mengenai smartphone.

Alya Nur, Ririn Puspita Tutiasri. Pemanfaatan instagram @dapurbalikpapan sebagai media promosi kuliner kota balikpapan. Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian. Volume 8, No. 2, Oktober 2022, hlm. 871

- b.) Penelitian yang telah dilakukan oleh Citra Rani Angga Riswari, Didik Sugeng Widiarto. Di dalam penelitiannya yang memiliki judul "Pemanfaatan Instagram Oleh Akun @Jelajahblitar Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah". Hasil dari penelitiannya yaitu tahapan pemanfaatan media Instagram akun @jelajahblitar dan Promosi pariwisata Blitar melalui akun @jelajahblitar ini membuat pariwisata Blitar lebih banyak dikenal masyarakat luas. Media Instagram dipilih untuk mempromosikan pariwisata daerah karena media ini mempunyai kelebihan memiliki fitur yang lengkap, mempunyai banyak pengguna dan lebih menarik.⁹

Yang menjadi persamaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti adalah penelitian yang terdahulu itu sama sama memanfaatkan media sosial Instagram melalui fitur feed Instagram seperti melalui sharing foto dan video.

Dan yang menjadi perbedaannya adalah objek dan lokasi penelitiannya, penelitian terdahulu lebih fokus ke bidang pariwisata seperti lokasi lokasi untuk liburan, sedangkan peneliti objek tema penelitian pada iklan dan promosi smartphone.

- c.) Penelitian yang telah dilakukan oleh Jesslyn, Septia Winduwat dalam penelitiannya yang berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk". Hasil penelitiannya adalah pemanfaatan media sosial di Instagram dengan mengunggah konten dan menggunakan fitur yang disediakan Instagram untuk berinteraksi dengan pengikutnya. Ivoree juga meng-endorse influencer di Instagram untuk menarik perhatian target pasarnya.¹⁰

Dan yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah sama sama ingin melihat dari pemanfaatan dari fitur media sosial yang telah ada seperti pemanfaatan pada feed yang ada di Instagram itu sendiri.

⁹ Citra Rani Angga Riswari, Didik Sugeng Widiarto. Pemanfaatan Instagram Oleh Akun @Jelajahblitar Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol I (1), December, 2020, hal 1.

¹⁰ Jesslyn, Septia Winduwat. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. Jurnal Prologia Vol. 5, No. 1, Maret 2021, Hal 135

Dan yang menjadi perbedaannya penelitian terdahulu dengan peneliti itu dipenelitian terdahulu itu ada di bagian subjek penelitian dan objek penelitian serta hasil dari masing masing data yang telah di peroleh dan di dapatkan.

- d.) Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Nasrullah, Tawakkal, Miftahul Jannah dalam penelitian yang telah di teliti yaitu berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Bulukumba". Dan dari hasil penelitiannya yaitu Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bulukumba yang diberi nama pengguna @dkbp_kab.Bulukumba dinilai sudah efektif, karena promosi perpustakaan menggunakan media sosial instagram memberikan dampak positif, seperti meningkatnya jumlah pengunjung dan anggota perpustakaan.¹¹

Kemudian yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti itu sama sama ingin melihat dari hasil pemanfaatan melalui video dan foto yang telah di bagikan ke khalayak umum seputar dari promosi ataupun iklan yang telah di buat melalui Instagram.

Dan yang menjadi perbedaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti itu adalah lebih ke objek penelitian yang mana penelitian terdahulu itu lebih fokus kepada objek promosi/ mengiklankan tentang perpustakaan dan juga menjelaskan juga memberikan akan motivasi kepada pengguna Instagram dalam pemanfaatan perpustakaan. Sedangkan peneliti focus ke promosi smartphone.

¹¹ Nasrullah, Tawakkal, Miftahul Jann. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Bulukumba. Jurnal Ilmu Perpustakaan (JIPER) Fisip umat | Vol. No. 1 (2022) Hal. 1

- e.) Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Evan Prima Garwita, Firdaus Yuni Dharta, Ema dan dalam penelitian itu berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Jasa Fotografi". Dan dari hasil penelitian menunjukkan itu mengungkapkan bahwa Ame Production selaku penyedia jasa foto dan video menggunakan instagram untuk memasarkan sekaligus mempromosikan usahanya dengan mengandalkan hasil karya yang diunggah serta konten yang dibuat semenarik mungkin.¹²

Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah sama sama ingin melihat Instagram sebagai media yang mempromosikan sesuatu melalui postingan foto dan video melalui Instagram.

Dan yang menjadi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti adalah, penelitian terdahulu memiliki strategi khusus dalam penelitiannya yaitu mengenai mempromosikan ataupun mengiklankan jasa di medsos. Sedangkan peneliti itu tidak menggunakan strategi khusus dalam meneliti dari isi konten video dan foto di akun Instagram yang menjadi objek penelitian.

- f.) Penelitian yang telah dilakukan oleh Reinhart Abedneju Sondakh, Endang Erawan, Sarwo Edy Wibowo. Dalam penelitiannya yang berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express". Dari hasil penelitiannya di kemukakan bahwa Instagram sebagai media promosi Geprek Express memiliki fitur-fitur yang memenuhi enam elemen dari 7C Framework, yaitu context, content, community, communication, connection, dan commerce.¹³

Kemudian persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah sama sama ingin melihat dari hasil pemanfaatan dari fitur Instagram yang telah di gunakan yaitu fitur foto pada akun Instagram.

Dan yang menjadi perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah di dalam penelitian terdahulu itu dalam mengambil datanya menggunakan teknik

¹² Evan Prima Garwita, Firdaus Yuni Dharta, Ema. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Jasa Fotografi. Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Vol 9 No 5 Tahun 2022 Hal 1715

¹³ Reinhart Abedneju Sondakh, Endang Erawan, Sarwo Edy Wibowo. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. eJournal Ilmu Komunikasi, 2019, 7 (1): 279

purposive sampling. Sedangkan peneliti dalam mengambil data dengan menggunakan teknik deskriptif Kualitatif dengan pengambilan data melalui wawancara mendalam serta kegiatan observasi.

- g.) Penelitian yang telah dilakukan oleh Asriyani Sagiyanto, Ayu Sulfiah. Dalam penelitiannya yang berjudul "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Produk Haus Melalui Akun@ Haus. Indonesia". Dari hasil penelitian yang ini menunjukkan bahwa haus menggunakan instagram sebagai media promosinya untuk memperkenalkan produk dan varian terbaru yang disertai kuis-kuis dan give away secara menarik di sertai postingan mengenai informasi-informasi tentang varian, produk terbaru, tempat, jam oprasional, store.¹⁴

Dan yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah sama sama ingin melihat dari pemanfaatan fitur Instagram dalam mempromosikan produk melalui fitur foto dan video di Instagram. Kemudian yang menjadi perbedaannya adalah subjek dan objek penelitiannya.

- h.) Penelitian yang telah dilakukan oleh Yunita Nainggolan, M. Zaini , Fareis Althalets dalam penelitiannya yaitu yang berjudul "Penggunaan Media Sosial Instagram Yang Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kalimantan Timur". Dâri hasil penelitiannya yaitu telah mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial instagram untuk menunjang peran duta wisata 2016-2017 dalam mempromosikan pariwisata di kalimantan timur belum digunakan secara maksimal seperti fitur-fitur yang ada instagram, isi konten promosi belum tersampaikan secara maksimal, kurangnya informasi pariwisata, budaya, event, kegiatan sosial selama masa jabatan Duta Wisata.¹⁵

Kemudian yang menjadi persamaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti adalah sama sama meneliti dari pemanfaatan atau penggunaan media sosial

¹⁴ Asriyani Sagiyanto, Ayu Sulfiah. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Produk Haus Melalui Akun@ Haus. Indonesia. Jurnal AKRAB JUARA Volume 5 Nomor 2 Edisi Mei 2020 hal.97

¹⁵ Yunita Nainggolan, M. Zaini , Fareis Althalets. Penggunaan Media Sosial Instagram Yang Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata Kalimantan Timur. eJournal Ilmu Komunikasi, 2018, Vol 6 No (3): 136

instagram dalam menyebarkan luaskan info mengenai promosi melalui fitur foto dan video di Instagram yang terkait.

Dan yang menjadi perbedaannya antara penelitian terdahulu dengan peneliti adalah terletak pada subek penelitian dan objek penelitiannya. Di penelitian terdahulu lebih fokus ke Instagram sebagai objek penelitian mengenai wisata alam sedangkan peneliti objeknya yaitu Instagram yang memprososikan smartphone.

- i.) Penelitian yang telah di lakukan oleh Dwi Fitri Ani dalam penelitiannya yang berjudul "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman". Dari hasil penelitiannya itu mengungkapkan bahwa dari pemanfaatan Instagram sebagai media promosi potensi wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman di gunakan untuk komunikasi dalam memanfaatkan Instagram menjadi media promosi potensi wisata Kabupetan Sleman.¹⁶

Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah sama sama meneliti Instagram yang memanfaatkan dari penggunaan fitur video dan foto pada postingan Instagram.

Kemudian yang menjadi perbedaan anatara penelitian terdahulu dengan peneliti itu adalah terletak pada subjek serta objeknya itu sendiri.

- j.) Penelitian terdahulu yang telah di lakukan oleh Febriana Sakina, Nuri Aslami. Di dalam penelitiannya yang berjudul "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosial Terhadap Marketing Terhadap Brand Equity". Di dalam penelitiannya mengemukakan yaitu bahwa Pemanfaatan instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik, diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi publik yang membaca bahkan melihatnya, yang dalam hal ini adalah para pelanggan dari Uniqlo Indonesia. Sehingga pelanggan menjadi tahu tentang produkproduk yang ditawarkan oleh Uniqlo Indonesia ini melalui instagram.¹⁷

¹⁶ Dwi Fitri Ani. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 2 No 5, 2019.

¹⁷ Febriana Sakina, Nuri Aslami. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosial Terhadap Marketing Terhadap Brand Equity. Journal of Social Research Februari 2022, Vol 1 No (3), 178

Kemudian yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah sama sama ingin melihat dari hasil pemanfaatan dalam pemakaian Instagram yang telah di gunakan dalam mempromosikan ataupun mengiklankan melalui fitur yang tersedia di Instagram seperti melalui fitur foto serta video yang telah di posting dan sama sama menggunakan metode kualitatif

Dan yang menjadi perbedaan anatar penelitian terdahulu dengan milik peneliti yaitu dari objek penelitiannya, penelitian terdahulu yakni meneliti Instagram dan fokus utama terhadap pada brand Equity, sedangkan peneliti terhadap promosi smartphome.

2.2 Landasan Teori

a. Teori AIDA

Dalam kegiatan terutama bentuk dari promosi memiliki tujuan yang di inginkan, yakni dengan menggunakan dari terori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Dan bentuk dari konsep AIDA inilah menjadi hal yang paling dapat menarik perhatian, meningkatkan keinginan, menggugah keinginan, serta menimbulkan perilaku tindakan.¹⁸

1) Attention (Perhatian)

Perhatian yang di maksud dalam pengetahuan yang luas ataupun para konsumen yang akan menjadi bahan inceran atau yang akan dijadikan bahan target. Cara menariknya bisa dengan jalur tulisan, visual, kata kata yang mudah di hafal, dan mempunyai ciri khas tersendiri.¹⁹

¹⁸ Diva Thea Theodora Ismail. Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Di Dinas Arsip Dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Jurnal Of Information And Library Science*, universitas Islam Nusantara Vol 12, 2021 hal 41

¹⁹ Soehardjoe Kaleb Jordan Samuel. Pengaruh Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Efektivitas Iklan Spotify. *Jurnal Of Accounting And Bisnis Studies*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan Bangsa, Vol 06 No 02 September 2021 hal 25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Interest (Minat)

Interest ini adalah bagian setelah mendapatkan perhatian oleh para audiens, dan setelah menarik perhatian yaitu membuat para audiens agar lebih tertarik dengan pesan ataupun informasi yang ditampilkan.²⁰

3) Desire (Keinginan)

Desire adalah suatu dari bentuk tindakan dari user yang kepingin tahu secara terdalam dari pesan di sampaikan oleh pengatur dan diharapkan dapat di tingkatkan secara lebih ke kualitas baik itu dari segi foto hingga video yang lebih menarik dari peminat dalam hal tindak dengan keinginan pengguna supaya tidak mengalami rasa kekecewaan setelah mengetahui pesan yang di sampaikan si pengelola akun Instagram.²¹

4) Action (Tindakan)

Action itu bagian dari akhir segala promosi. Pada proses tahapan ini para followers tentu sudah jelas untuk memutuskan menggunakan serta mengikuti program yang ada.²²

b. Teori New Media

Teori ini adalah merupakan teori yang tengah di kembangkan oleh seorang Pierre Levy, dan beliau telah menjelaskan mengenai teori yang telah ada bahwa media baru merupakan teori yang telah mempelajari tentang dari perkembangan media baru dan sangat berhubungan dengan perkembangan media yang sangat modern. Pertama yaitu mengenai pandangan interaksi sosial kemudia yang menjadi pembeda media adalah dari kedekatan dengan hubungan tatap muka ataupun interaksi. Selanjutnya Pierre Levy telah melihat dari pandangan dari website yang singkatannya www atau biasa di sebut world wide web dimana biasa di lakukan untuk membagiak dari jenis informasi

²⁰ Sanrio Indrawan, Suzy Azeharie. Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter @tirtacipeng dan @farhanzubedi). Jurnal Prologia , Universitas Tarumanagara Vol. 6, No. 2, Oktober 2022, Hal 374

²¹ M. Abdul Malik Zuhri, Lydia Christiani. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Library Baswd Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo@Koperjas). Jurnal Ilmu Perpustakaan Vol No 02, Universitas Undip 2019 hal 29.

²² Dwi Julyanti, Santi Delliana. Analisis AIDA pada Program Kalbis Library Quiz sebagai Media Promosi Perpustakaan Kalbis Institute melalui Instagram. Jurnal FPPTI, Vol. 1, No. 1, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, 2022 hal 16

baik itu secara terbuka, efisien, serta sifatnya lebih dinamis dan memungkinkan bagi manusia untuk tetap mengembangkan dari pengenalan pengetahuan yang baru.²³

New media atau media online ini dideskripsikan sebagai produk dari hubungan komunikasi yang termediasi dengan hubungan perkembangan teknologi yang telah bersama dengan komputer digital. Dan dari pengertian yang lain ini ada di dalam dari beberapa gabungan elemen. Dan itu memiliki makna dari konvergensi media yang ada di dalam, dimana dari beberapa jumlah media yang telah di jadikan satu. Dan new media ini bagian dari media yang harus menggunakan jaringan internet, media online yang telah berdasar dari kecanggihan teknologi, berkarakter, efisien, sangat berpotensi interaktif, dan bisa juga secara rahasia maupun terbuka (publik).²⁴

Ini sangat erat hubungan kaitanya dengan pengelolaan informasi, dan merupakan sebagian bahan yang sangat mendasar mengenai knowledge, kemudian menjadi knowledge yang baik dan berguna. Dan tak hanya secara private dan hingga keluarga, pun secara kumpulan kelompok dari mulai kelompokan yang sifatnya kecil hingga ke semacam komunitas, sampai ke kelompok besar di masyarakat dalam negara. Dan itu pula informasi yang telah di terima pada saat ini dan itu semua hampir seluruhnya dari media. Mulai dari media yang ada seperti cetak layaknya buku, majalah, hingga koran sehingga media media elektronik pun seperti halnya televisi, radio, dan internet. Dan itulah perkembangan di era teknologi buang semakin cepat, media ini mudah untuk di akses lebih mudah dan informasi informasi pun bisa di terima lebih pesat tanpa batasan ruang hingga waktu.²⁵

²³ Novi Herlina. Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat, Jurnal Risalah 4, no.2 (2017): 9 -10

²⁴ Bambang Srigati, Yanus Purwansyah Sriyanto, Desi Nur Fatimah. Penggunaan New Media Instagram Oleh Batik Girli Lumajang Dalam Memasarkan Produk Kain Batik Tulis Tahun 2020. Jurnal Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu 2 Vol (1), 2020 Hal 126

²⁵ Jokhanan Kristiyono. Budaya Internet Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Pada Masyarakat: Jurnal scriptura Vol. 5, No. 1, Juli 2015: 29 (STIKOSA-AWS Surabaya, 2015)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Media sosial

Media sosial adalah sebuah media online, serta para user-nya bisa berpartisipasi, menciptakan isi, dari blog, jejaring sosial, dunia virtual, dan itu menjadi hal yang paling umum di pakai bagi warga di seluruh dunia. Dan hingga saat ini Instagram yakni telah dipergunakan untuk berjualan online, hingga di gunakan sebagai promosi sesuatu. Dan aplikasi ini dikhususkan untuk memposting mulai dari foto, dan video reels yang mana lebih cocok dalam mempromosikan suatu hal. Dan Instagram ini memiliki fitur keunggulan dan manfaatnya secara tersendiri dan ada di setiap fiturnya.²⁶ Media sosial merupakan bagian dari jenis saluran yang berhubungan dengan dunia Maya atau yang biasa di sebut dengan internet. Dan para user media sosial bisa berhubungan komunikasi, saling bertukar informasi, saling sharing, dan membangun jaringan networking.

Media sosial itu merupakan bagian dari sekumpulan aplikasi berbasis internet, serta bernaungan dengan ideologi dan teknologi web 2.0 dan dapat membuat pertukaran dari konten oleh sejumlah pengguna. Media sosial Merupakan media yang sifatnya online tools dan dapat mengarungi dari segala bentuk interaksi ke pada pengguna dengan cara saling bertukar tukar informasi, pendapat.²⁷ Media sosial pada selanjutnya memiliki singkatan yaitu "Medsos" dan saat inilah menjadi dari hal kehidupan bagi warga Indonesia dan sangat fenomenal. Dari berbagai hal mengenai unggulnya dan mudanya dalam melakukan hubungan interaksi kepada sesama manusia entah itu dari hal hal Bussiness dari berbagai macam kalangan yang ada. Dan tidak Cuma itu saja, namun masih banyak dari perkembangan pertumbuhan dari pengguna jaringan internet dan peralatan teknologi dan komunikasi seperti layaknya handphone genggam, yang semakin canggih, dan menjadi penyebab merebaknya dari situs situs jejaring yang anyar (baru) dan menawarkan pertemanan dan info secara daring. Dan

²⁶ Maya Retnasary, Sri Dewi Setiawati, Diny Fitriawati, Reddy Anggara. Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. Jurnal Kajian Pariwisata Volume 1 No 1 September 2019, hal 79.

²⁷ Fahmi Anwar. Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni Vol. 1, No. 1, April 2017: hlm 137-138.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

medsos disini menjadi tulang punggung atau biasa disebut (backbone) dan sebagai tempat sarana hubungan komunikasi di abad digital ini.²⁸

Jenis media sosial lainnya adalah Media sosial ini memiliki beragam jenis bentuk mediana seperti forum internet, blog, microblogging, Wiki, podcast, dan bookmark sosial. Dunia ini, zaman seperti sekarang media sosial lebih banyak, ya lebih detail itu aplikasi seperti FB, Twitter, Instagram dan lainnya.²⁹ Mayfield mendefinisikan media sosial sebagai pemahaman terbaik dari kelompok jenis baru media online yang mencakup karakter-karakter berikut ini:

- 1) **Partisipasi.** Social media telah mendorong dari kontribusi dan umpan balik dari setiap perorangan yang tertarik dalam memakai media ini. Hal ini mengaburkan batasan antara media dan khalayak.
- 2) **Keterbukaan informasi.** Dalam media tentunya akan berkaitan terbukanya dari hubungan umpan balik melalui pilihan baik itu dari hal hal voting, dan berupa komentar dan hubungan komunikasi.
- 3) **Percakapan.** Saat media tradisional masih mendistribusikan konten kepada khalayak, social media dikenal lebih baik dalam komunikasi dua arah.
- 4) **Komunitas** Dengan terhubungnya media sosial melalui hubungan komunitas maka tak lupa pula terbentuknya hubungan komunitas pun secara pesat akan terjadi dan terjalin secara komunitas.
- 5) **Konektivitas.** Hal ini berkaitan dengan konektivitas yang membuat terjalin subur hubungan antara satu ke yang lainnya melalui media sosial. Dan secara merata dan hampir terbilang besar social media berkembang dan terhubung ke situs-situs, sumber-sumber serta orang orang lain.³⁰

²⁸ Dian Junita Ningrum, Suryadi, Dian Eka Chandra Wardhana. *Kajian uraian kebencian di media sosial: Jurnal ilmiah korpus*, Vol 2, No 3, Desember 2018 : 242 (FKIP Universitas Bengkulu, 2018)

²⁹ Dian Nurvita Sari, Abdul Basit. Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *Jurnal Komunikasi* Vol 3No. 1, 2020, hal 26

³⁰ Witanti Prihatiningsih. Motif penggunaan media sosial Instagram di kalangan remaja: *Jurnal Communication VIII*, Nomor 1, April 2017: 54-55 (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Jakarta 2017)

c. Instagram

Instagram adalah sebagai software aplikasi yang bisa di pakai untuk berbagi bagi moment seperti foto, video hingga tulisan tulisan. Dan Instagram ini merupakan masih dari bagian software atau media sosial Facebook dan yang telah memungkinkan teman dari Facebook juga bisa mengikuti di Instagram milik kita. Dan karena kepopulerannya Instagram inilah sebagai aplikasi yang dapat membagikan foto foto dan bisa membuat dari banyak pengguna yang bisa meluncur langsung ke perbisnisan online dan turut mempromosikan produknya melalui laman Instagram itu sendiri.³¹

Instagram ini sebuah aplikasi dari smartphone dan Instagram itu juga bagian dari media digital yang memiliki manfaat hampir sama dengan aplikasi twitter, Namun yang menjadi perbedaannya adalah cara pengambilan gambar (foto) serta tempat dalam mengshare informasi terhadap user atau pengguna. Instagram ini bisa memberikan inspirasi bagi penggunanya dalam mengembangkan hal yang kreatif, dan Instagram ini memiliki beragam fitur yang dapat membuat tampilan dari segi foto lebih menarik serta lebih artistik.³²

d. Promosi Online

Promosi adalah bentuk dari kegiatan yang memiliki tujuan seperti menarik para khalayak, sehingga ada rasa tertarik untuk melakukan kegiatan transaksi. Dan promosi ini merupakan bagian dari rangkaian tujuan untuk mengenalkan mengenai produk yang telah di ciptakan oleh produsen melalui hubungan komunikasi yang telah di maksud ini untuk mempengaruhi konsumen dalam produk yang ditawarkan.³³

2.3. Konsep Operasional

Dalam memfokuskan pada penelitian ini maka di konsep operasional inilah yang dapat di jabarkan dengan detail apa apa saja yang menjadi penelitian untuk

³¹ M Arif Wicaksono. Pengaruh media sosial Instagram @wisatadawahokura terhadap minat berkunjung followers: Jurnal JOM FISIP Vol. 4 No. 2 Oktober 2017: 7 (Communication Studies Coursees FISIP University of Riau, 2017)

³² Hilmy Naufal Kariim, Asidigisianti Surya Patria. Perancangan feed instagram Iffa Dewi Muslim Wedding Service. Jurnal Barik, Vol. 1 No. 1, Tahun 2020 hal 196

³³ Wahyu Hidayat, Riri Mahmuriyah, Sri Ndayani Ratna Safitri. Media Visual Berbentuk Katalog Produk Sebagai Media Promosi. Jurnal Sensi Vol 2 No 2 Agustus 2016 hal 186.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memfokuskan di hal hal tertentu. Berikut info yang termasuk menjadi bagian dari konsep operasionalnya:

a. Pemanfaatan melalui aktivitas media sosial Instagram

Saat ini banyak sekali terutama para pelaku baik itu usaha dan bisnis yang telah mengandalkan media sosial Instagram untuk promosi produk serta jasa yang mereka promosikan kepada konsumen. Dalam mempromosikan produk di media sosial Instagram itu dinilai lebih mudah, serta tanpa biaya dalam mempromosikan. Media Instagram mwnghasil dari aspek aspek penting dalam aktivitas promosi yaitu 1. Dari frekuensi informasinya terbaru, mulai dari info mengenai foto yang telah di upload. 2. Dari frekuensi timbal balik pesan, seperti antara pelaku promosi membalas atau merespon dari pertanyaan followers 3. Gaya pesan, yaitu dari segi isi penyampaian pesan dari produk yang di tawarkan, komplit, dan persuasive. 4. Daya tarik pesan, yaitu dari segi logo, foto profile, dan dan daya tarik visual yang telah di unggah. 5 Kejelasan informasi, yakni dari segi bio Instagram, harga, stok barang ready, lokasi, dan cara pembelian produk.³⁴

b. Media sosial Instagram sebagai media promosi.

Media sosial adalah sebuah aplikasi populer yang dapat berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan dalam sebuah hubungan sosial dan menjadi jembatan media sharing. Media sosial seperti contohnya Instagram inilah salah satu jenis aplikasi yang dapat berbagi dan bisa saling share mengenai info menarik dan bisa juga dari jasa jasa yang telah di iklankan oleh Instagram melalui berupa video, foto, instastory, reels baik itu mengiklankan jenis produk, tempat tempat menarik, hotel pariwisata, makanan, ataupun berbagai jenis jasalain.

Media sosial biru seperti halnya Facebook, Twitter, hingga Instagram untuk examplanya dari sejenis kumpulan dari media sosial yang sangat berpotensi untuk menyebarkan secara luas akan pasar digital periklanan. Dan secara simplenya, tampak dari jenis tayangan yang ada dalam iklan melalui video bersifat online maka sari itu tentunya akan mempermudah untuk membagikan ke khalayak umum. Kemungkinan

³⁴ Ari Ramadan, Anna Fatchiya. Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk "Rendang Uniman". Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat. Vol 05 No 01 Tahun 2021, hal 67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari situlah mempunyai pandangan persepsi bahwa menilai dari segi manfaat yang ada dan terkandung di iklan berbentuk video video tersebut.³⁵

c. Promosi Secara Online.

Pengertian promosi adalah sebuah cara untuk mengenalkan, memberi tahu informasi, atau kegiatan yang sifatnya telah mempromosikan kepada audiens atau kepada khalayak umum melalui platform media sosial, agar dapat menarik para konsumen atau penikmat, dan mempengaruhi agar tertarik pada dari berbagai jenis layanan iklan, baik itu iklan barang, jasa, hingga tempat penginapan.

Pada media baru dalam mempromosikan berbagai jenis jasa saat ini terbilang cukup simple berbeda terbalik dengan media lama seperti radio, televisi, cetak dan itu harus memerlukan proses yang sangat panjang, dan media lama saat ini sudah terbilang cukup tertinggal walaupun saat ini masih di gunakan di berbagai perusahaan media. Dan peneliti di sini yang telah melakukan observasi langsung terhadap akun Instagram @Ps.store_pekanbaru dalam isi postingan konten yang telah mempromosikan mengenai berbagai macam smartphone. Alasan Instagram di pilih oleh admin @Ps.store_pekanbaru adalah karena saat ini menyesuaikan dengan perkembangan zaman, dan saat ini lebih mudah dan di nilai lebih efisien dalam melakukan jasa promosi / iklan tersebut tanpa memerlukan banyak pertimbangan layaknya media lama seperti televisi, radio, dan media cetak.

d. Promosi Dengan Memanfaatkan Fitur Instagram Yang Telah Ada

Dalam pembuatan konten untuk mengiklankan ataupun mempromosikan dalam jumlah waktu yang cepat dan efektif maka dari sini peneliti telah mengkaji mengenai dari pemanfaatan fitur dari Instagram yang telah di lakukan oleh admin @Ps.store_pekanbaru yaitu adalah sebagai berikut :

1.) Video Reels Instagram

Video Reels ini bisa membuat para user Instagram dalam membuat video yang menyenangkan dan dishare ke teman, atau siapapun di Instagram. Dalam membuat record dan editing video multi klip ini memiliki waktu 15 detik dilengkapi suara, filter,

³⁵ Ramsiah Tasruddin. Trend Periklanan Di Media Sosial : Jurnal Komodifikasi Vol 5, Juni 2017 :17 (Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar 2017)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan alat kreatif baru.³⁶ Video atau reels dalam Instagram ini merupakan jenis dari fitur yang sangat menarik dan bisa di bilang paling unggul di dalam Instagram dari segi visualisasi maupun audio. Di sini konten dalam bentuk video atau reels ini berdurasi yaitu hamper satu menit, tujuannya mungkin agar tidak bosan jika seseorang melihat dari segi postingan yang membosankan.

c.) Foto Instagram

Foto yang menarik ini bisa memuat dari segi visual menjadi cerah, gambar yang tajam, serta pewarnaan hingga mencantumkan tentang informasi yang singkat dan padat.³⁷ Foto disini merupakan fitur yang paling utama dan sangat mendukung dalam unggahan, berkat foto yang tersedia di Instagram maka akan mempermudah dalam menyebarkan dari konten yang telah dibuat dan di abadikan di dalam feeds Instagram itu sendiri. Dan keunggulan dari konten yang telah di posting melalui foto Instagram maka postingan itu akan bertahan lama, kecuali telah di hapus atau di arsipkan, berbeda dengan instastory Instagram.

e. Tips Promosi Instagram Yang Optimal

1.) Tentukan tujuan yang jelas

Ini menjadi alasan yang paling besar dan kuat. Karena dalam apapun yang diinginkan seperti hal demikian pada Instagram @Ps.store_pekanbaru dalam menentukan di sebuah konten postingan Instagram yaitu memiliki tujuan untuk mempromosikan dari penjualan smartphone.

Tujuan ini sangat memfokuskan diri dan memerlukan banyak tahapan dalam sebelum melakukan pembuatan konten. Tapi terlepas dari itu semua tujuan atau goals yang paling mendasar merupakan kunci kuat dalam pembuatan konten yaitu konsisten dan jika semua tertuju pada tujuan awal (mempromosikan penjualan smartphone di

³⁶ Kiki Resky, Ramadhani Sucipto, Andi Fauziah Yahya. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Subway Indonesia Melalui Reels Instagram @Subway.Indonesia. Jurnal Komunikasi Profesional Vol 6 No 1 2022 hal 70

³⁷ Ana Noor Andriana, Pingk. Penerapan Teknik Foto Produk Dan Video Reels Instagram Bisnis Sebagai Optimalisasi Strategi Sosial Media Marketing Dalam Menyambut IKN. Jurnal Masyarakat Mandiri. Vol. 6, No.4, Agustus 2022 hal 3107

khalayak umum melalui postingan foto serta reels Instagram) maka dari itu fokus pembuatan konten promosi untuk iklan dari sinilah yang paling utama.

2.) Tentukan look / view

Menentukan look ini sangat penting. Karena look sangat menonjol dan hal yang paling di sorot dalam penglihatan kepada audiens ataupun para pengikut di Instagram, karena look ini merupakan bagian tampilan pada sebuah konten yang ada seperti dari segi font, kualitas gambar. Karena dari beberapa postingan yang ada di Instagram @Ps.store_pekanbaru yaitu memiliki tema yang seragam, dan yang menjadi perbedaan itu pada proses pengambilan tampilan gambar yang di ambil, baik itu proses pengambilan untuk vidieo maupun untuk foto adanya perbedaan.

3.) Manfaatkan Feeds Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang multi fungsi dengan berbagai bentuk pembuatan konten itu sendiri. Baik itu berupa feeds, story', ataupun reels hingga foto. Karena dapat memanfaatkan berbagai bentuk konten di berbagai pilihan seperti di atas ini memiliki tujuan agar tidak bosan para audiens, ataupun follower Instagram. Maka dari pihak mitra akun Instagram itu juga banyak membuat konten dari konten konten yang bervariasi. Dan supaya kesannya tidak monoton dan membosankan. Namun dalam berbagai jenis fitur di Instagram yang paling efektif dalam pembuatan konten yaitu melalui video ataupun reels, karena dalam video itu dapat menarik secara visual selain itu bentuk konten dalam video ini terutama seperti reels di Instagram dinilai tidak terlalu panjang dari segi durasi, dan tujuannya di buat konten dalam bentuk video atau reels itu agar tidak membosankan pula maka dari itu juga dapat menarik dari segi informasi.

4.) Perhatikan tulisan

Pembuatan konten maka perlu juga dari tulisan tulisan yang nantinya di terapkan di hideline pada content writer, karena penulisan ini adalah merupakan kumpulan dari kata kata karena nantinya para khalayak atau audiens akan membaca dari sebuah hasil postingan postingan dari konten yang telah di buat. Namun ada beberapa hal yang perlu dan penting di perhatikan saat penulisan untuk, supaya tersampaikan dengan baik di khalayak umum jika dipostingnya atau di publikasikan konte melalui fitur di Instagram seperti halnya berikut ini : Pertama yaitu harus mengumpulkan beberapa kata kata yang menarik karena akan di terapkan di bagian headline pada konten, karena audience pasti juga akan melihat pertama kali ke

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

postingan itu sendiri akan fokus ke tulisan juga. Kedua yaitu pastikan bahwa dalam memberikan sebuah informasi pada konten harus di buat dengan jelas. Dan manfaatkan fitur caption semenarik mungkin, dan gunakan ejaan bahasa yang baik dan benar, dan di usahakan tidak menulis caption yang terlalu panjang agar audiens tidak malas membaca, karena biasanya tulisan yang terlalu panjang itu bisa membuat mudah bosan, maka dari itu buatlah dengan kata akata semenarik mungkin dan hindari penulisan dengan kata kata yang sulit dimengerti.

5.) Jadilah kreatif

Jadilah kreatif pada saat pembuatan konten di Instagram. Mengapa harus menjadi kreatif dalam pembuatan konten Instagram, tujuannya adalah agar tidak terkesan monoton. Walaupun dalam postingan Instagram telah mengiklankan sebuah smartphone pada akun @Ps.store_pekanbaru dari situlah akun telah menjadikan beberapa bentuk postingan dan sekreatif mungkin. Misalnya saja, pada mitra akun Instagram dalam prose dan pembuatan konten yang mengiklankan smartphone, maka iklan yang di buat tidak melulu pada hanya satu jenis unggahan yang di buatnya. Tapi dengan memanfaatkan fitur lain yang ada di Instagram seperti posting foto foto melalui feed Instagram, dan buat postingan semenarik mungkin melalui reels / video, dan intinya di buat semenarik mungkin dan menyesuaikan dengan keadaan yang nyata tanpa rekayasa.

6.) Tentukan jadwal posting

Pentingnya dalam menentukan jadwal postingan Instagram ini adalah kuncinya harus tetap konsisten. Karena dengan menentukan jadwal postingan juga akan mempengaruhi daya tarik pada khalayak. Jadi dalam pembuatan konten di Instagram harus memiliki jadwal posting, dengan berpegang teguh pada prinsip ini, ini bisa menjadi bukti bahwa Instagram dalam mengiklankan seperti halnya hotel dengan jadwal yang pasti maka akan di anggap serius oleh para follower. Dalam konsisten pembuatan konten Instagram tentu akan meningkatkan daya tarik dalam sebuah trik baik itu promosi, branding ataupun iklan. Karena pada nantinya pasti akun tersebut akan di anggap serius dan tetap konsisten dalam melakukan 3 hal tersebut, dan pastikan fokus dalam pembuatan konten juga jika dalam pembuatannya. Dan cara menentukan jadwal postingan yang tepat adalah melalui jadwal di setiap jam jam kerja seperti pada umumnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

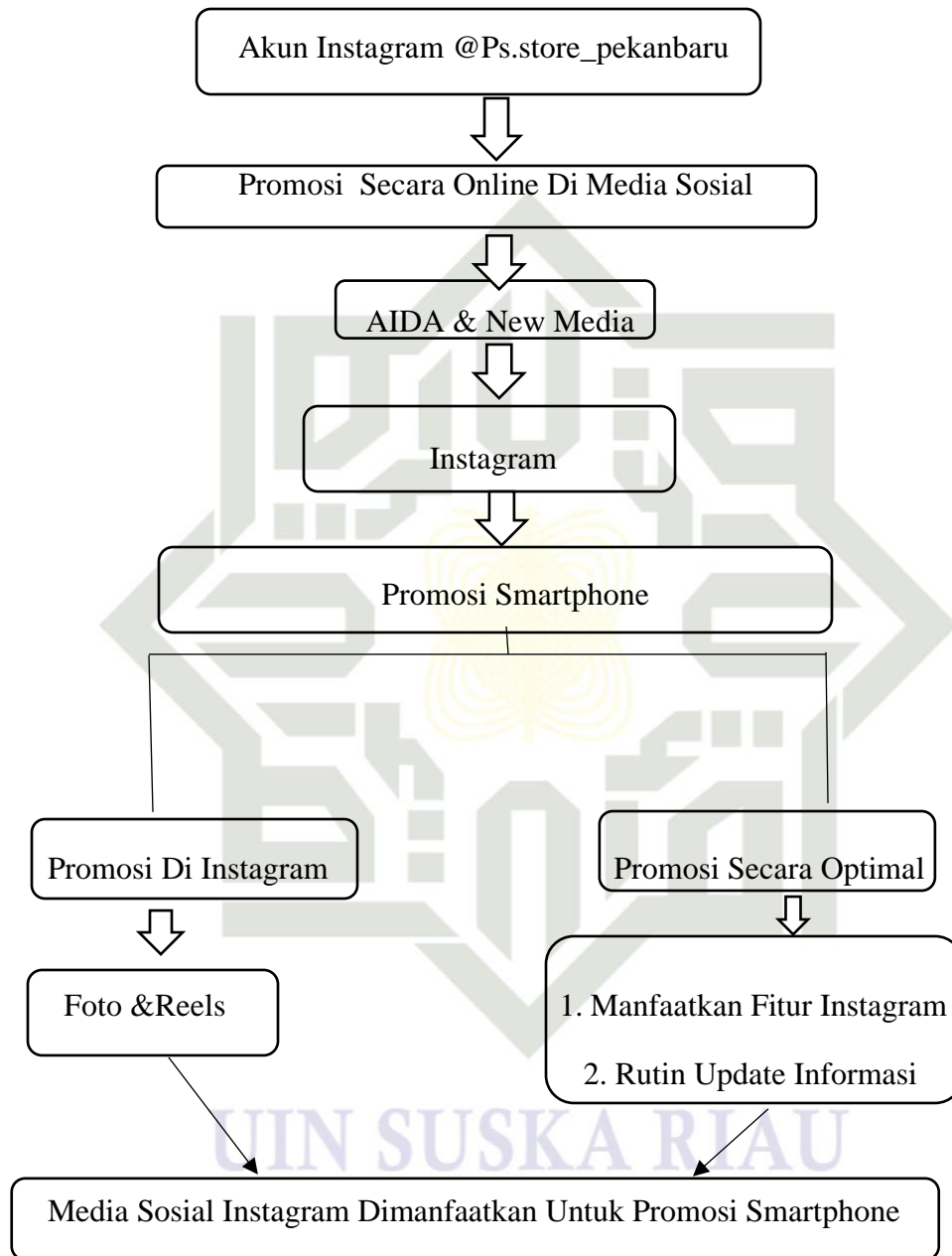
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir disini adalah suatu peta konsep yang menjadi fokus pada pembahasan utama pada penelitian ini, dan dengan adanya pemahaman mengenai kerangka pikir maka akan menjadikan topik pembahasan akan lebih mudah dalam rangkuman. Di dalam kerangka pemikiran peneliti telah membuat pemetaan secara konsep dalam bentuk kajian yakni melalui table. Dan disini peneliti telah menggabungkan beberapa peta konsep dengan beberapa kalimat penting. Peneliti membuat kerangka pikir agar lebih mudah di pahami dari penjabaran konsep yang telah ada. Di dalam kerangka pemikiran ini yang akan menentukan dari hal hal yang mana saja yang akan dijadikan point point utama secara garis besar dan sekiranya untuk di jadikan titik acuan utama. menyampaikan poin utama secara lebih mendalam. Inilah tampilan di halaman selanjutnya dari bagan kerangka pikiran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Table 2.1 Bagan Kerangka Pikiran

Sumber: Olahan Peneliti 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan salah satu bentuk dari cara yang ilmiah dan dengan cara itulah guna memperoleh suatu data, dan bukan hanya itu saja, dan di dalam metode penelitian ini juga berkaitan erat agar dapat mendeskripsikan, membuktikan, dan tak lupa pula mengembangkan secara luas mulai dari ilmu pengetahuan, dari kajian serta dari cara teori yang telah di dapatkan. Metode penelitian ini guna mengungkap fakta dari penelitian akan kebenaran yang tengah dikaji terhadap dari baik itu dari mulai pengembangan yang mendasari agar dapat di digunakan lalu di pecahkan dan menemukan solusi dari permasalahan yang telah di angkat dari permasalahan di dalam kehidupan yang telah ada.

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, karena dengan menggunakan data kualitatif dalam penelitian ini agar dapat mengetahui secara kronologis. Mulai dari konten awal pembuatan konten pada Instagram psstorepekanbaru hingga konten tersebut telah diunggah mengenai hal promosi smartphone yang ada di dalam postingan feeds baik itu foto atau reels Instagram milik @ps.store_pekanbaru tersebut.

3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan di wilayah kota Pekanbaru. Yakni mulai dari Januari bulan hingga bulan Februari. Penelitian ini di lakukan dengan turun langsung ke lapangan dan dilakukan secara tatap muka dengan admin pengelola akun Instagram. Penelitian dilakukan secara langsung dan terjun dilokasi toko @Ps.store_pekanbaru, karena dengan selain mengamati/ observasi secara langsung kelokasi peneliti juga tidak lupa juga memperoleh data data tertulis yang perlu pada saat turun langsung ke lapangan. Penelitian ini di lakukan pada bulan Januari hingga bulan Februari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data ini merujuk pada data yang telah di peroleh dari peneliti yang telah di gabungkan menjadi satu oleh sipeneliti. Dalam menggali permasalahan yang ada dalam kegiatan penelitian, maka dalam kemungkinan besar maka akan memerlukan satu data hingga lebih banyak sumber data, gunanya untuk menjawab persoalan-persoalan mengenai kebutuhan dan kecukupan data yang akan di pecahkan guna menjawab pertanyaan penelitian.³⁸

1) Data primer

Disini merupakan data yang telah di peroleh langsung dari proses wawancara terhadap si narasumber tersebut yang telah di wawancarai oleh peneliti bedasarkan dengan tema yang sesuai dari lembar dan berbagai bentuk datar list wawancara penelitian serta observasi. Baik itu pertanyaan secara spontan maupun pertanyaan yang tertulis secara terstruktur. Dan data primer disini adalah peroleh data secara langsung melalui beberapa orang yang memiliki ikatan pengaruh dengan hotel. Data primer disini adalah informan dari admin Instagram serta postingan yang ada di akun @ps.store_pekanbaru.

2) Data sekunder

Data data ini merupakan data yang di peroleh dari berupa asrip dan catatan catatan yang telah ada baik itu dari kantor, instansi ataupun perusahaan dan tempat lokasi penelitian lain yang telah berhubungan dengan tema dari penelitian itu tersendiri. Data sekunder yang di pakai oleh peneliti adalah berupa dari data yang bersumber dari wawancara kepada pengunjung toko psstorepekanbaru, serta followers dari Instagram yang setia mengikuti perkembangan akun Instagram dari tema yang peneliti angkat dan tidak lupa pula dari dokumentasi yang berupa foto yang menjadi data penguat.

3.4 Informan penelitian.

Informan penelitian disini sebagai subjek dari penelitian sebagaimana subjek yang telah di percaya sebagai memahami terkait informasi informasi yang berkaitan erat dengan tema ataupun dari permasalahan penelitian. Dan di dalam penelitian ini informan yang memiliki sumber pengetahuan yang luas dan paham dari ragam jenis informasi informasi yang di jadikan sebagai bahan pernyataan, dan akan di telaah

³⁸ Wahidmurni. Pemaparan metode penelitian kualitatif. Jurnal Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Malik Ibrahim Malang Juli 2017, hal 8

secara mendalam dari masalah yang di ambil. Dan peran informan ini sangat penting dalam penelitian terutama di penelitian kualitatif. Informan ini bisa di bilang dari salah satu bentuk penguasaan dari topik permasalahan yang akan di rancang secara mendalam. Dan informan ini adalah sebagai perilaku juga ataupun orang yang di jadikan dalam objek penelitian pula.³⁹

Jadi inti dari Informan disini maksudnya adalah seseorang yang dapat memberikan dari data dan informasi yang telah di kuasai dari tema permasalahan yang telah di angkat. Informan di sini adalah 1orang admin Instagram, 2pengunjung toko, 3 orang followers Instagram, dan jumlah informan pada peneltian ini sebanyak 6 orang.

Tabel 3.1 Subjek Penelitian

No	Nama	Jabatan	Keterangan Jabatan
1	Purnomo	Admin Instagram	Informan Utama
2	Alfa	Followers Instagram	Informan Pendukung
3	Aini	Followers Instagram	Informan Pendukung
4	Elvo	Followers Instagram	Informan Pendukung
5	Iwan	Pengunjung Toko	Informan Pendukung
6	Wismi	Pengunjung Toko	Informan Pendukung

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data maka di sini peneliti memakai beberapa ragam teknik untuk mendapatkan data data yang di peroleh. Berikut ragam teknik yang di ambil untuk memperoleh data data yaitu ada beberapa 3 tahapan yaitu:

³⁹ Siska Rahmadhani, Aktivitas employe relation dalam meningkatkan profesionalisme kerja karyawan di PT. PLN (persero) pembangkitan sumbagul sektor prmbangkit pekanbaru, (Skripsi Program S.I Ilmu komunikasi, Pekanbaru, 2017).

a.) Interview (wawancara)

Ini merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mewawancarai informan mengenai tentang beragam jenis informasi yang akan di gali, dan tentunya berhubungan dengan tema penelitian yang telah ada. Untuk mengumpulkan data melalui kegiatan wawancara kepada admin Instagram, pengikut Instagram maupun pengunjung yang datang ke toko ini dilakukan baik itu memakai pedoman wawancara maupun tidak (pertanyaan spontan yang keluar). Wawancara disini peneliti melakukannya dengan terjun kelapangan secara langsung secara face to face.

b.) Observasi

Observasi ini dilakukan dengan kegiatan mengamati dengan apa yang ada untuk diteliti pada nantinya akan menghasilkan berupa gambaran langsung di lapangan, baik itu berbentuk sikap, tindakan, obrolan, hingga interaksi secara interpersonal.⁴⁰ Melalui metode observasi ini dapat pula di integralkan dengan metode lain, sehingga dengan begitu tingkat ke akurat dan kehandalan dapat di pertanggung jawabkan. Dari situlah walaupun memiliki kelebihan ada pula kelemahan yang tak luput dari kegiatan observasi ini. Dan dalam kelemahan itu bukan tidak berarti tidak menggunakan metode observasi pula, namun justru karena dengan kelemahan yang ada maka dapat di manfaatkan sebagai salah satu dari bentuk penyempurnaan dan untuk menghindari dan meminimalisir dari kelemahan, sehingga dengan begitu pengamatan dapat memberikan banyak fungsi serta manfaat dari tujuan yang telah ada pada penelitian tersebut.⁴¹

c.) Dokumentasi.

Dokumentasi merupakan bentuk cara digunakan untuk memperoleh data secara akurat, dan dengan menggunakan metode ini agar lebih jelas tingkat keakuratannya dengan metode sebelumnya, dan dokumentasi bisa masuk ke dalam kategori metode pelengkap dan metode ini di gunakan sebagai bentuk kegiatan yang memperoleh data

⁴⁰ Arnild Augina Mekarisce. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Vol. 12 Edisi 3, Universitas Jambi, 2020, Hal 151.

⁴¹ Hasyim Hasanah. Teknik teknik observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial) Jurnal at-Taqaddum, Volume 8, Nomor 1, Juli 2016: 42.

yang historis baik itu yang ada di dalam bentuk surat, segala catatan, laporan yang terkait, dan tak lupa foto, CD, dan hardisk.⁴²

Untuk dokumentasi dari peneliti telah buat berupa catatan penting, dan selain itu penulis juga memperoleh data melalui dokumentasi yang bersifat visual yakni berbentuk foto, dan catatan rekaman pula bahkan hasil screenshot dari percakapan yang dilakukan. Di dalam penelitian perlunya dokumentasi guna dijadikan sebagai tanda bukti bahwa menjadi bukti kuat dari penelitian itu sendiri yang telah dilakukan dan tanpa merekayasa sedikit pun, namun dokumentasi ini bentuknya nyata dan apa adanya dan dilakukan secara terang terangan.

3.6 Validitas Data

Menurut Sutopo, validitas data adalah cara dari bentuk jaminan bagi simpulan dan tafsiran dari hasil arti serta makna hasil dari penelitian.⁴³ Kemudian ada terdapat beberapa dari teknik validitas data dalam mengembangkannya atau kesahihan nya untuk mengenai data data yang telah di peroleh dari penelitian. Di dalam penelitian kali ini peneliti tengah memakai teknik dari validitas data yaitu triangulasi. Dan makna dari triangulasi data ini adalah cara dalam memeriksa dari keabsahan data dari memanfaatkan hal yang lain. Dan teknik triangulasi ini di gunakan untuk pengecekan data di gunakan sebagai hasil pembandingan.⁴⁴

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi teknik, yaitu menguji kevalidasi mengenai terkait data data yang di peroleh kepada sumber yang sama tetapi dengan teknik yang berbeda. Contohnya memperoleh data melalui wawancara kemudian di selidiki kembali melalui kegiatan observasi, dokumentasi secara langsung. Di sisi lain peneliti selain melakukan dengan teknik wawancara peneliti juga mengecek terkait data data melalui observasi pada laman akun Instagram @Ps.store_pekanbaru mulai dari berupa unggahan unggahan foto, video reels Instagram agar gunanya untuk mengetahui ke absahan data data. Apakah data data yang di peroleh itu sesuai atau tidaknya.

⁴² Elvinaro Ardianto, Metodologi Penelitian Public Relations, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), Cetakan Kedua, 167.

⁴³ Sutopo, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2009), 92

⁴⁴ Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 330

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7 Teknik Analisis Data.

Teknik analisis data dalam penelitian ini yakni menggunakan dari model analisis interaktif (Interaktive model of analisis). Dan pendapat yang di kemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Sutopo yakni analisis dari data kualitatif ada 3 poin utama yang kompoen dan harus di terapkan serta di perhatikan peneliti.⁴⁵

Pada saat pengumpulan data di sini peneliti sudah melakukan beberapa tahap tahap baik itu tahap reduksi data maupun display data yang nantinya data data tersebut yang akan di gunakan. Dan adapun data data di sini yang di peroleh atau langkah langkah analisis interaktif sebagai berikut:

a) Penyajian data

Penyajian data merupakan bagian dari kegiatan dalam menyatukan dan mengumpulkan poin penting yang berbentuk informasi untuk di susun, dan pada akhirnya akan mendukung dari data yang memungkinkan sehingga adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data ini berupa catatan yang di peroleh di lokasi(lapangan), grafik, matriks, jaringan, hingga bagan.⁴⁶

b) Display data

Pada bagian data ini yang telah di seleksi dan di sajikan, data yang di sajikan merupakan data data yang benar benar real apa adanya dengan sesuai kondisi. Data yang di seleksi kemudian di kelompokkan dan kemudian di pilah dan dikelompokan yang sesuai dengan tema dan apa permasalahan yang sesuai dengan tema yang telah di angkat dan kemudian di analisis secara mendalam. Di penelitian ini membahas tentang mengenai dari mesdos Instagram dan menggunakan kajian studi deskriptif pada instagram. Di sini penelitian mengenai pemanfaatan media sosial Instagram @Ps.store_pekanbaru dalam mempromosikan smartphone dengan menggunakan teori yang sesuai yaitu teori New Media, Media sosial, Instagram serta Promosi online. Karena menggunakan teori ini di anggap sesuai dengan pembahasan mengenai Instagram yaitu sebagai media baru di era digital dalam mempromosikan smartphone baik itu android ataupun ios melalui media sosial @Ps.store_Pekanbaru.

⁴⁵ Sutopo. *Analisis Data Kualitatif :Buku Sumber Tentang Metode Metode Baru*. (Jakarta, UI- Press, 2002). Hal 91

⁴⁶ Ahmad Rijali, Alhadharah. Analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol 17 No (33) UIN antasari, 2019, hal 94

c) Menarik kesimpulan

Didalam kesimpulan ini adalah bukti kuat dari temuan temuan bukti, data, dan hasil dari pemikiran yang telah di buat dan di rangkai menjadi beberapa macam untuk membentuk dari konsep pembahasan. Setelah melakukan baik itu pengumpulan data mulai dari reduksi data, display data dan pada akhirnya peneliti melakukan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan di sini adalah tentang hasil akhir. Yang mana mulai dari awal hingga akhir dan sesuai dengan pokok permasalahannya yang telah di teliti. Di dalam hal menarik kesimpulan ini semua persoalan masalah akan di buat secara detail apa apa saja yang perlu untuk diambil dan di tarik pada di akhir nantinya setelah semua tema, pembahasan jika semuanya sudah tercapai dengan detail barulah menarik kesimpulan dari beberapa poin poin dan penjabaran yang telah di buat. Daripada itu apabila kesimpulan kesimpulan di awal telah di kaitkan dengan dukungan data data yang kuat, valid, serta nyata akan sesuai dengan ketentuan yang ada maka kesimpulan yang di buat ini menjadi kesimpulan yang nyata serta teridentifikasi sesuai permasalahan yang telah di bahas di penelitian ini

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Akun Instagram @s.store_pekanbaru

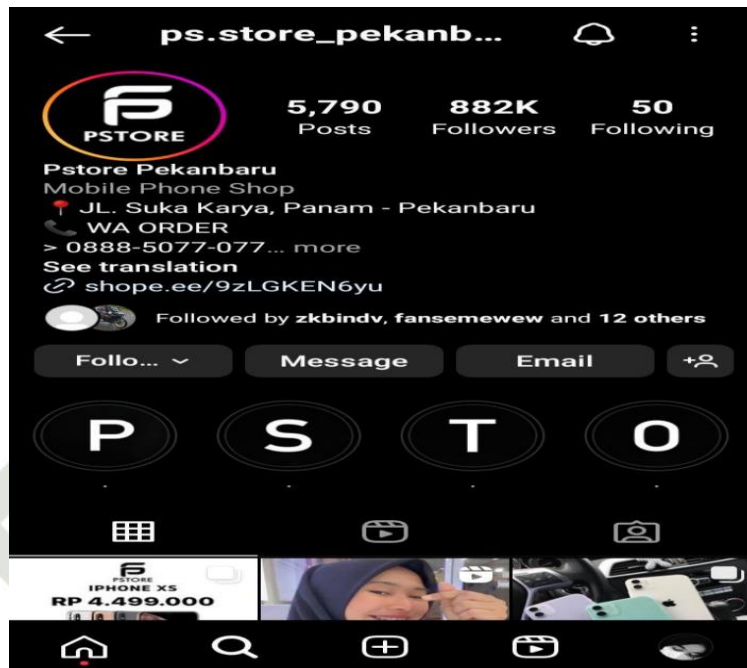
Akun Instagram @Ps.store_pekanbaru berdiri sejak tahun 2016. Akun ini merupakan akun dari cabang PS.store milik Putra Siregar, dan akun Instagram ini yang menjadi akun cabang yang satu satunya di provinsi Riau terkhusus lokasi berada di Jalan Sukakarya No 03, simpang kwalu keluarahan Tuahkarya, kecamatan Tampan, kota Pekanbaru. Tujuan dari akun Instagram dari @Ps.store_pekanbaru ini dalam memposting yaitu sebagai media promosi mengenai penjualan smartphone, dari beberapa smartphone itu mulai dari produk android hingga ios, produk new hingga yang secondsekaligus.

"Berdirinya dari Ps store Pekanbaru ini di mulai sejak tahun 2016, dan awal awal berdirinya PS store Pekanbaru ini di jalan Hangtuh. Dan setelah memasuki tahun 2019 Ps store ini di anggap kurang jalan dan kurang efektif pada saat di jalan Hangtuh, namun setelah itu barulah pindah lokasi di Panam, letaknya di Kualu jalan Sukakarya ini Ps store Pekanbaru mulai produktif kembali dari 2019 hingga saat ini, karena berkat media sosial pula serta penduduk di wilayah Panam juga banyak di sini yang berminat. Dan sudah enak juga dalam berjualan di sini dan di sini lebih ramai dalam jumlah pengunjung".⁴⁷

Tema yang di buat di postingan yaitu unggahan mengenai promosi smartphone, seperti promosi smartphone baru, second hingga sparepartnya juga. Dan tujuan dari admin memposting smartphone dan melakukan promosi melalui media sosial Instagram ini karena memang dari tujuan pembuatan akun dari awal yaitu mempromosikan juga dari Instagram, dan akun PS store ini khusus untuk di kota Pekanbaru dan dinamakan ps.store_pekanbaru inilah menjadi akun cabang bagian dari Ps.store.

⁴⁷ Wawancara kepada admin @ps.store_pekanbaru bapak Purnomo pada 6 Februari 2023

Akun Instagram ini terhitung sejak tahun 2016 hingga saat ini telah memiliki jumlah followers yakni mencapai 887 ribu pengikut mulai dari berbagai ragam gender, usia dan telah memiliki jumlah postingan di feednya mencapai 5.790 postingan.



Gambar 4.1 Akun Instagram @Ps.store_pekanbaru

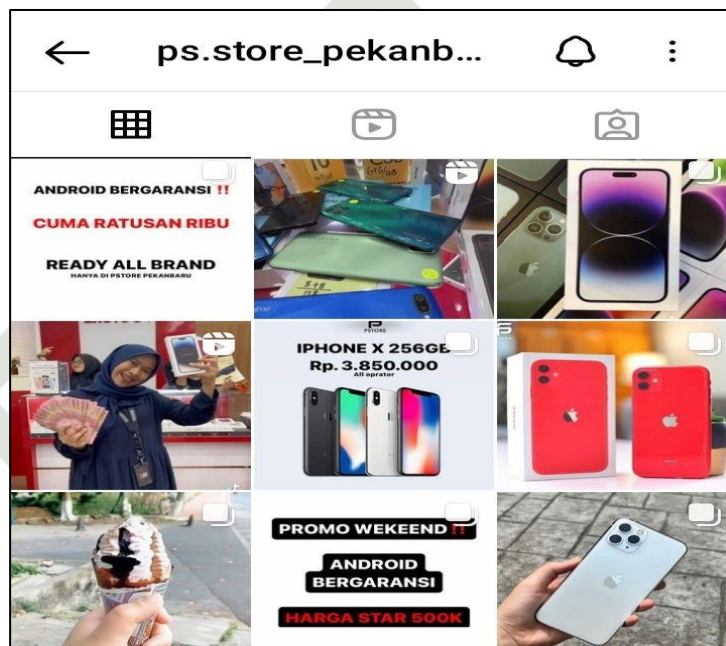


Gambar 4.2 Logo profile Instagram @Ps.store_pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari pada itu followers serta pembeli sangat aktif dalam mengomentari hasil postingan yang telah di unggah oleh admin Instagram. Cara Instagram ini dalam mempromosikan penjualanya yaitu dengan memanfaatkan fitur yang ada seperti Instagram story, foto serta video reels. Di ketahui pula berkat menggunakan Instagram toko ini telah mengalami peningkatan dalam menarik perhatian pengunjung yang datang ke toko.



Gambar 4.3 Halaman Utama Instagram @Ps.store_pekanbaru

Halaman utama akun Instagram @ps.store_pekanbaru ini sangat terlihat jelas di dalam feednya. Di dalam seluruh unggahan akun ini telah mempromosikan penjualan smartphone, dan ada banyak macam bentuk dalam mempromosikan, mulai dari unggahan berbentuk foto, video reels, Instagram story. Di dalam highlight pun ada pengabdian dari unggahan instastory dan di sematkan sebagai koleksi. Dan penyimpanan instastory di highlight tujuannya agar postingan ini tidak hilang, karena instastory itu masa berlaku dalam 24 jam. Lebih dari itu postingan akan otomatis terhapus. Kecuali di jadikan highlight tadi, dan agar tetap bisa terlihat oleh para followers terutama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.4 Hasil Screenshot Highlight @Ps.store_pekanbaru



Pembuatan highlight ini juga berperan penting dalam mengabadikan dari album album foto yang telah di unggah. Dan hasil highlight ini merupakan hasil dari pembuatan Instagram story yang telah di seting menjadi sorotan pada tampilan di bawah biodata Instagram, dan di atur untuk lebih bertahan lama, walaupun nantinya postingan tersebut telah lewat dari 24 jam. Postingan ini akan tetap bertahan dan masih bisa dilihat oleh para pengikut maupun yang bukan pengikut. Highlight pada Instagram @ps.store_pekanbaru isinya merupakan dari hasil momen yang di abadikan mulai dari foto para pengunjung yang pernah datang ke toko yang di jadikan sebagai bahan bukti bahwa toko @ps.store_pekanbaru telah memiliki toko secara fisik yang terletak di jalan Sukakarya No3, kecamatan Tampan kota Pekanbaru.

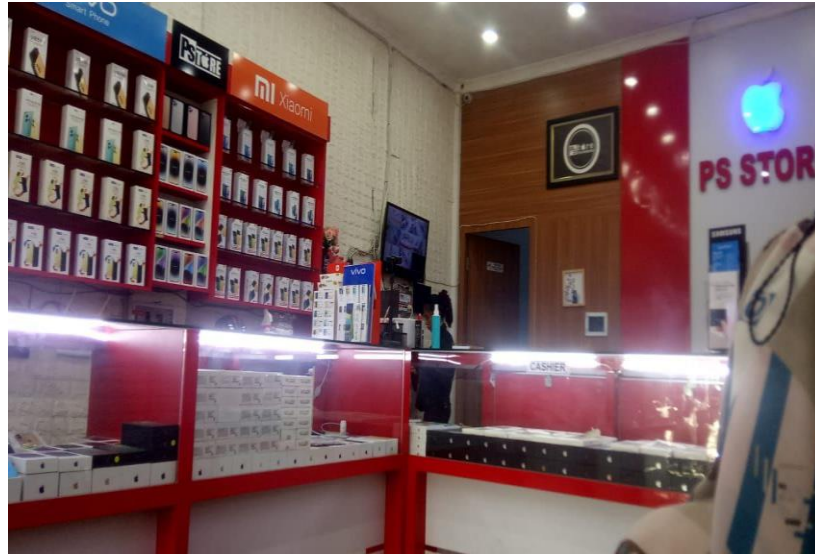
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.5 Lokasi penelitian toko Ps.store_ pekanbaru



Inilah lokasi dari toko @ps.store_pekanbaru yang sekarang berada di panam, kota pekanbaru. Gambar 4.5 Glokasi penelitian Dari Toko Offline @Ps.store_pekanbaru, toko @ps.store_pekanbaru yang sekarang berada di panam, kota pekanbaru. Di toko terlihat bahwa beragam jenis penjualan smartphone, dan toko ini telah melakukan promosi dengan memanfaatkan media yang ada, yaitu di media sosial Instagram. Promosi di Instagram terbilang lebih mudah dan gratis tanpa adanya batasan waktu.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil riset yang telah dilakukan penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dari pemanfaatan media sosial seperti Instagram bagi admin dari akun Instagram @ps.store_pekanbaru yang telah di gunakan dalam mempromosikan dari berbagai jenis smartphone baik itu dari merk hp android hingga IOS atau yang biasa di sebut iPhone yang lokasi berada di kota Pekanbaru, simpang kualu Panam. Dan dari hasil wawancara terhadap beberapa yang menjadi sumber informasi (informan) mengenai dari pemanfaatan media sosial Instagram ini kepada 4 orang informan yaitu terdiri dari 1 admin akun @Ps.store_pekanbaru, 1 seseorang yang menjadi pengunjung di toko ps store Pekanbaru, dan 2 orang followers akun Instagram ps.store tersebut. Dari hasil wawancara secara mendalam dari sini telah diketahui bahwa akun @ps.store_pekanbaru ini lebih banyak memanfaatkan dari fitur fitur yang telah tersedia yang di gunakan dalam mempromosikan ke publik melalui baik itu berbentuk unggahan foto, video reels, hingga instagram story. Kemudian dalam memanfaatkan media sosial ini dengan memanfaatkan fitur yang ada mulai dari unggahan baik itu foto dan video di sertai caption, penandaan lokasi (geotagging), tanda suka, pengikut, hastag pagar, hingga Instagram story.

Sumber pemanfaatan media sosial Instagram yang telah ada, admin selalu memperbarui postingan dari seputar informasi informasi mengenai promosi smartphone, mulai dari android hingga ios, dari promosi barang yang baru hingga barang yang second dengan harga yang terjangkau. Alasan dari pemanfaatan Instagram dalam mempromosikan penjualan smartphone secara online oleh admin karena Instagram punya fitur fitur yang canggih, dan sangat mendukung dengan apa yang di promosikan, melalui foto, video reels hingga Instagram.

Untuk hasil penelitian yang telah dilakukan, mengenai pemanfaatan dari media sosial Instagram untuk promosi smartphone pada toko ps.store Pekanbaru, di simpulkan untuk pemanfaatan Instagram ini dilakukan dengan memanfaatkan fitur yang ada, mengingat di era ini media Instagram sudah sangat besar penggunaanya, dan itu terlihat di hasil Hootsuite yang telah di akses di laman website. Selain itu sendiri

karena media sosial Instagram milik @ps.store_pekanbaru punya jumlah pengikut sudah cukup banyak yaitu sekitar 882K dan tetap bertambah terus disetiap harinya.

Media sebagai ajang promosi memanfaatkan dari perkembangan fitur yang telah tersedia di Instagram merupakan bentuk ataupun cara promosi secara efektif dan efisien di era perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi terutama di bidang media maka secara otomatis Instagram ini bagian dari media baru. Di penelitian ini telah menggunakan 2 teori yang berhubungan dengan tema yang di angkat, yaitu menggunakan teori new media dan teori AIDA. Teori media baru ini bagian dari media yang sifatnya membutuhkan jaringan komunikasi secara online. Untuk teori AIDA itu sebagai teori pendukung dari azas promosi yang telah di lakukan, supaya dapat menarik target berkat media yang telah di gunakan dalam memanfaatkan teknologi fitur yang tersedia di Instagram.

Pada setiap dari pemanfaatan fitur yang ada Instagram @ps.store_pekanbaru ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan untuk keseluruhan dari pembahasan yang telah dibuat bahwa dalam pemanfaatan media sosial yang ada pada toko ps store Pekanbaru ini berjalan dengan cukup baik. Untuk al tersebut terbukti di dalam postingan yang telah ada. Banyak yang aktif dalam respon dan aktif dari hubungan admin kepada followers. Di dalam postingan feednya dapat menarik perhatian bagi para pengunjung serta para pengikut dari promosi smartphone yang di buat di Instagram tersebut dan pada akhirnya berkunjung ke toko karena berkat memanfaatkan media sosial yang telah ada, dan itu dibuktikan pengunjung sebagai informan pula yang telah terlibat. Dari pada postingan instagram dapat di buktikan bahwa sebagai media sosial yang sangat efektif dan efisien dalam promosi secara online. Untuk di setiap tayangan yang di buat di media sosial @ps.store_pekanbaru baik itu dari foto, reels, hingga Instagram story ini mencangkup luas, dan dapat berefek dalam naungan komunikasi yang pada akhirnya melibatkan hubungan yang bersifat feedback.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah di paparkan dari peneliti di bagian bab IV, dan ada hal penting yang yang peneliti akan sampaikan dan berkaitan dengan pemanfaatan akun @Ps.store_pekanbaru sebagai media promosi smartphone yaitu:

1. Perlunya melakukan inovasi ataupun pembaharuan dalam mengatur postingan (unggahan) yang telah di buat untuk lebih menarik lagi, serta buatlah para konsumen lebih tertarik agar lebih penasaran, sehingga menjadikan para pengikut dan calon pengunjung berminat. Agar tidak terkesan monoton, lakukan pembuatan foto serta video di semaksimal mungkin misalnya dengan posting di luar ruangan, supaya kesannya tidak monoton.

2. Lebih di anjurkan terkhusus buat admin untuk lebih memaksimalkan secara konsisten dalam memanfaatkan fitur yang ada di media sosial, seperti fitur hastag, lokasi, dan lakukan live sesering mungkin jika ada harga Smartphone dengan jumlah penawaran yang lebih miring di Instagram dalam mempromosikan smartphone, agar suasana hubungan interaksi terhadap followers lebih aktif, supaya tidak terkesan promo dengan penawaran harga tipu tipu jika ada followers yang minat akan membeli dan datang menuju ke toko.

3. Sebaiknya untuk admin Instagram ini lebih dari satu, dalam mengelola akun, karena admin kalau hanya berjumlah satu itu akan kesulitan, dan lebih dianjurkan untuk admin lebih dari satu misalnya admin khusus membalas dari pesan serta reaksi atau pendapat para netizen yang telah meninggalkan di direct mesangger hingga kolom komentar yang telah ada, dan itu akan lebih baik dan bisa saja di anggap bahwa admin ini fastrespon. Bagaimanapun juga itulah caranya dalam menambah daya tarik perhatian terutama terhadap pengikut agar bisa menaikkan jumlah komentar, tanda sukai, dan pengikut di akun Instagram @ps.store_pekanbaru, karena itu termasuk menjalin interaksi yang bersifat timbal balik.

4. Penelitian berikutnya untuk dikemudian waktu maka lakukanlah pengembangan serta pembaharuan dari pembahasan secara lebih mendalam, dan gali informasi mengenai pembahasan secara mendalam, agar nantinya dapat menambah pengetahuan lebih luas lagi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Elvinaro Ardianto, Metodologi Penelitian Public Relations, (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2011), Cetakan Kedua, 167.

Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 330

Sugiyono. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. (Jakarta, UI-press, 2009). 137

Sutopo, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2009), 92

Sutopo. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode Metode Baru*. (Jakarta, UI- Press, 2002). Hal 91

Jurnal

Andriana, A. N., & Pingki, P. (2022). Penerapan Teknik Foto Produk Dan Video Reels Instagram Bisnis Sebagai Optimalisasi Strategi Sosial Media Marketing Dalam Menyambut IKN. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(4), 3101-3111

Anwar, F. (2017). Perubahan Dan Ppermasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(1), 137-144.

Andini, T., & Kurniawan, F. (2020). Analisis pembentukan ekspektasi wisata melalui fitur pendukung pencarian informasi di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4 (2), 503-523.

Antari, N. P. E. K., Trinawindu, I. B. K., & Wirawan, I. G. N. (2022). Perancangan Animasi Reels Instagram Sebagai Media Promosi Merchandise Hns Invasion Di Hns Studio. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(02), 173-180.

Apriliana, N. S., & Utomo, E. P. (2019). Pengaruh intensitas melihat iklan di instagram terhadap pengetahuan dan perilaku konsumtif remaja putri. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 179-190.

Cania, N., & Heryani, R. D. (2020). Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik Di Smk Plus Pelita Nusantara. *Research and Development Journal of Education*, 1(1), 91-101.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Fahmi, M. N. (2019). Endorse dan paid promote Instagram dalam perspektif hukum Islam. *An-Nawa: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 1-27.
- Febriana, A. (2019). Motif orang tua mengunggah foto anak di instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua di Jabodetabek). *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 12(1), 55-65.
- Garwita, E. P., Dharta, F. Y., & Ema, E. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Jasa Fotografi Nusantara: *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(5), 1715-1720.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8 (1), 21-46.
- Helen, H., & Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram@ Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355-362.
- Herlina, N., & Lubis, E. E. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram@ Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(2), 1-15.
- Hidayat, W., Mahmuriyah, R., & Safitri, S. N. R. (2016). Media visual berbentuk katalog produk sebagai media promosi. *Journal Sensi*, 2(2), 184-197.
- Indrawan, S., & Azeharie, S. (2022). Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter@ tirtacipeng dan@ farhanzubedi). *Prologia*, 6(2), 369-376.
- Ismail, D. T. T. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*, 12(1), 37-47
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, 4(1), 82-94.
- Jesslyn, J., & Winduwati, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop@ ivoree. id dalam Memasarkan Produk. *Prologia*, 5(1), 135-141.
- Jordan, S. K. (2021). Pengaruh Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) terhadap Efektivitas Iklan Spotify. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(2).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Julyanti, D., & Delliana, S. (2022). Analisis AIDA pada Program Kalbis Library Quiz sebagai Media Promosi Perpustakaan kalbis Institute melalui Instagram. *Jurnal FPPTI*, 11-17.
- Kariim, H. N., & Patria, A. S. (2020). Perancangan feed instagram Iffa Dewi Muslim Wedding Service. *BARIK*, 1(1), 194-208.
- Kristiani, N. (2017). Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 24(2).
- Kristiyono, J. (2015). Budaya Internet: Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam mendukung penggunaan media di masyarakat. *Scriptura*, 5(1), 23-30.
- Latuheru, MN, & Irwansyah, I. (2018). Aplikasi Traveloka sebagai bentuk konstruksi sosial teknologi media baru. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2 (2), 46-57.
- Lestari, M., & Pamungkas, INA (2022). Analisa Kegiatan Komunikasi Pemasaran Disini Cafe Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Di Masa Pandemi Covid-19. *eProsiding Manajemen* , 9 (2).
- Mayasari, S. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat.
- Murni, W. (2017). Pemaparan metode penelitian kualitatif. *Jurnal Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Malik Ibrahim Malang*.
- Nurhayati, A. (2020). Implementasi jiwa wirausaha dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswi Purwakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7 (2), 87-94.
- Nur, A., & Tutiasri, RP (2022). Pemanfaatan instagram@dapurbalikpapan sebagai media promosi kuliner kota balikpapan. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* , 8 (2), 871-884.
- Nainggolan, Y., Zaini, M., & Althalets, F. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 6(3).
- Nasution, F. S. P., & Suyanto, A. (2016). Efektivitas iklan media sosial menggunakan EPIC AC Nielsen pada operator seluler di Indonesia. *E Proceedings of Management*, 3(3).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ningrum, D. J., Suryadi, S., & Wardhana, D. E. C. (2018). Kajian ujaran kebencian di media sosial. *Jurnal Ilmiah Korpus*, 2(3), 241-252.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- Rahmadanti, A. R., Aditasari, K., & Wibawa, B. M. (2021). Efektivitas strategi iklan dengan menggunakan Instagram ads untuk meningkatkan
- Ramadan, A., & Fatchiya, A. (2021). Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk " Rendang Uninam". *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64-84.
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76-83.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Riswari, C. R. A., & Widiarto, D. S. (2020). Pemanfaatan Instagram oleh akun@ Jelajahblitar dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-9.
- Sagiyanto, A., & Sulfiah, A. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Produk Haus Melalui Akun@ Haus. *Indonesia. Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 5(2), 97-114.
- Srigati, B., Sriyanto, Y. P., & Fatimah, D. N. (2020). Penggunaan New Media Instagram Oleh Batik Girli Lumajang Dalam Memasarkan Produk Kain Batik Tulis Tahun 2020. *Jurnal In Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu (Vol. 2, No. 1, pp. 125-128)*.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(1), 23-36.
- Suranto, S. (2019). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Potensi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Selemang. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(5).
- Sakina, F., & Aslami, N. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosial Terhadap Marketing Terhadap Brand Equality. *Journal of Social Research*, 1(3), 178-184.
- Soraya, I. (2022). Retorika Visual dalam Fotografi Human Interest di Instagram. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 13 (1), 27-36.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sembiring, K. D. R. (2017). Hubungan antara kesepian dan kecenderungan narsistik pada pengguna jejaring sosial media instagram. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 147-154.

Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram@ subway. indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 068-078.

Sultan, M. I. (2020). Efektifitas Penggunaan Fitur Instagram Dalam Meningkatkan Pertemanan Remaja SMA Negeri 1 Maros Di Era Digital. *Avant Garde*, 8(2), 178-190.

Sondakh, R. A., Erawan, E., & Wibowo, S. E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Gepreexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. *Llmu Komunikasi*, 7(1), 279-292.

Tasruddin, R. (2017). Tren periklanan di media sosial.

Skripsi

Siska Rahmadhani, Aktivitas employe relation dalam meningkatkan profesionalisme kerja karyawan di PT. PLN (persero) pembangkitan sumbagul sektor prmbangkit pekanbaru, (Skripsi Program S.I Ilmu komunikasi, Pekanbaru, 2017).

Website

<https://hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> di akses pada Senin, 30 Januari 2023 pukul 11:40 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

PEDOMAN DAFTAR WAWANCARA PERTANYAAN

Daftar pertanyaan buat admin Instagram @Ps.store_pekanbaru

1. Jelaskan mengenai dari sejarah singkat mengenai gambaran umum @Ps.store_pekanbaru?
2. Jelaskan mengapa anda menggunakan Instagram sebagai media promosi ataupun media dalam mengiklankan secara luas ke khalayak umum?
3. Mengapa lebih memilih media sosial Instagram, mengapa menggunakan media sosial lainnya seperti Facebook di anggap kurang efektif?
4. Apa alasan yang menjadi fokus dalam menggunakan fitur Instagram, dan ini dianggap lebih baik serta efektif?
 5. Fitur apakah yang paling sering dimanfaatkan Instagram @ps.store_pekanbaru dalam mengunggah postingan yang telah dibuat?
 6. Apa yang menjadi alasan utama lebih rutin update melalui Instagram story?
 7. Kemudian dari seberapa efektifkah berkat menggunakan media sosial di Instagram dalam mempromosikan penjualan smartphone melalui Instagram?
 8. Mengapa lebih sering update dan fokus pada postingan di Instagram story?
 9. Apa kelebihan jika mengunggah melalui Instagram story dalam mempromosikan smartphone?
 10. Jika fokus pada Instagram story, mengapa juga memposting melalui feed atau lebih tepatnya pada fitur foto dan reels Instagram dalam mempromosikan smartphone melalui unggahannya?
 11. Apa yang menjadi nilai kekurangan jika mempromosikan smartphone melalui video serta foto di Instagram story?
 12. Apa yang menjadi kelebihan dan kekurangan secara garis besarnya dari keseluruhan baik itu feed hingga Instagram story ketika menggunakan media sosial Instagram dalam mempromosikan smartphone?
 13. Apakah ada strategi ataupun trik khusus dalam pembuatan postingan di Instagram sebelum di unggah?
 14. Aplikasi apa yang digunakan dalam pembuatan serta editing video sebelum di unggah ke laman Instagram?
 15. Dalam membuat postingan baik itu foto dan reels itu biasanya dilakukan khusus weeked atau weekday saja, dan apakah ada ketentuan khusus jadwal memposting?

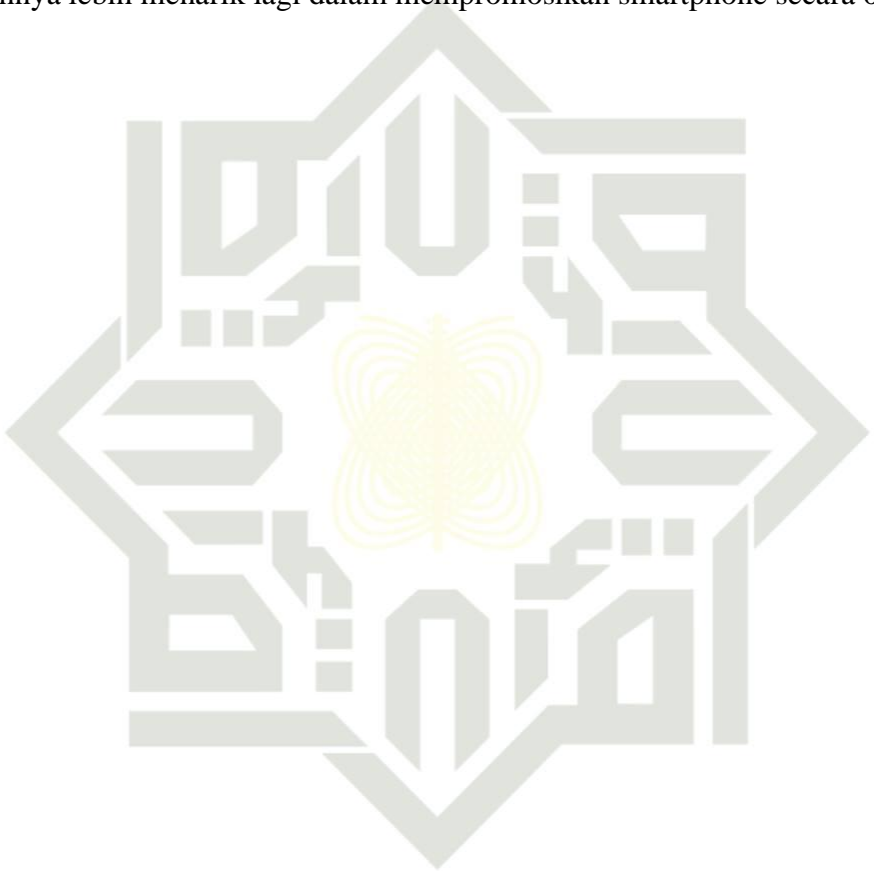
Daftar Pertanyaan Buat Admin, Pengikut Dan Pengunjung Toko @Ps.store_pekanbaru

16. Jika anda melihat media sosial Instagram terutama akun @ps.store_pekanbaru ini, hal apakah yang di dapatkan dari seorang pengikut Instagram @Ps.store_pekanbaru ketika melihat dari segala postingan di akun instagramnya baik itu foto dan reelsnya?
17. Apa tanggapan anda sebagai pengikut serta sebagai pengunjung toko bahwa media sosial Instagram ini di anggap lebih baik sebagai media promosi, di banding dengan Facebook?
18. Anda mengetahui akun Instagram @ps.store_pekanbaru kan, menurut anda apa pandangan anda terkait media sosial Instagram dari unggahan dan hasil postingan yang telah di buat oleh @ps.store_pekanbaru?
19. Jelaskan pendapat anda sebagai pengikut ataupun pengunjung toko, hal apa yang paling mempengaruhi dari Instagram @ps.store_pekanbaru sehingga bisa menarik perhatian sebagai pengunjung maupun para pengikut di instagramnya?
20. Apa kelebihan jika menggunggah melalui fitur feeds seperti foto dan video reels dalam mempromosikan smartphone?
21. Pendapat anda sebagai pengikut atau pengunjung, mengapa @ps.store_pekanbaru lebih sering dalam update postingan di Instagram story, mengapa bukan melalui feed?
22. Dan menurut anda apakah Instagram @ps.store_pekanbaru sudah cukup baik dalam mempromosikan smartphone di segala postingannya?
23. Apa kekurangan jika mempromosikan smartphone melalui video, foto, yang ada di Instagram?
24. Apa kelebihan jika mempromosikan smartphone melalui foto, video hingga tulisan di Instagram story?
25. Jelaskan menurut anda mengenai kelebihan serta kekuarangan ketika anda melihat promosi smartphone media sosial di Instagram milik @ps.store_pekanbaru?
26. Apa alasan anda sehingga anda tertarik untuk mengikuti ataupun mengunjungi dari Instagram ataupun toko dari @ps.store_pekanbaru?
27. Anda sebagai pengikut ataupun pengunjung, apa yang menjadi bukti bahwa Instagram @ps.store_pekanbaru sudah cukup baik dalam promosi smartphone?
28. Apakah Instagram @ps.store_pekanbaru sudah konsisten setiap harinya dalam menarik perhatian para pengikut di Instagram?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

29. Hal positif apa yang anda dapatkan sebagai pengikut ataupun pengunjung Instagram @ps.store_pekanbaru? Apakah ada edukasi mengenai pembelajaran promosi kah, motivasi kah ataupun lainnya.
30. Apa saran anda sebagai pengikut ataupun pengunjung Instagram @ps.store_pekanbaru yang ingin anda sampaikan terutama kepada admin Ig, agar kedepannya lebih menarik lagi dalam mempromosikan smartphone secara online?



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI SAAT PENELITIAN



Wawancara kepada Bpk Purnomo Selaku Admin @ps.store_pekanbaru



Wawancara Kepada Alfa Selaku Followers @ps.store_pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara Kepada Aini Selaku Followers @ps.store_pekanbaru



Wawancara Kepada Elvo Selaku Followers @Ps.store_pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara kepada bapak Iwan selaku pengunjung toko @ps.store_pekanbaru



Wawancara Kpd Kak Wismi Selaku Pengunjung Toko@Ps.store_pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nur Hatifah, dengan nama panggilan Hatifah. Lahir di Hidupbaru (Kota Pekanbaru), bertepatan pada 31 Desember 2000. Penulis telah menamatkan pendidikan di SDN 004 Hidupbaru pada 2007-2013, SMPN 1 BINABARU (KKT) pada 2013-2016, SMAN 1 BINABARU (KKT) pada 2016-2019. Pada tahun 2019 penulis melanjutkan studi, dan status penulis yang tinggal menetap di kota Pekanbaru untuk tetap melanjutkan studi pendidikan di universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau kota Pekanbaru dengan mengambil program studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Broadcasting.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dengan sebesar besarnya karena telah berhasil menyelesaikan dan menjadi lulusan pertama di kelas pendidikan strata satu (S1) dilokal dengan **LULUS** tepat waktu dengan mendapatkan gelar penghargaan yaitu berpredikat **Cumlaude**, resmi menyandang gelar sarjana yang ditetapkan oleh dekan fakultas dengan bergelar sarjana Ilmu Komunikasi (**S.I.Kom**) pada 13 April 2023 Masehi atau 22 Ramadhan 1444 Hijriah. Lebih bertepatan di bulan mulia yaitu bulan suci ramadhan dengan mengambil tema judul skripsi yaitu "**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Smartphone Pada Akun @Ps.store_pekanbaru**". Semua itu telah dipandu oleh dosen pembimbing Bapak **Firdaus El-Hadi S.Soc, M.Sc** di FDK Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Kota Pekanbaru.