

**PENGUNAAN FITUR *REELS* INSTAGRAM DALAM  
MEMPROMOSIKAN @DNVISUALCREATIVE DI  
PEKANBARU**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**FADEL ANANDA GUTANIO**

**NIM. 12040312061**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIM KASIM  
RIAU  
2024**

**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

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 : Fadel Ananda Gutanio  
NIM : 12040312061  
Judul : Penggunaan Fitur Reels Instagram dalam Mempromosikan @dnvisualcreative di Pekanbaru

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

Hari : Kamis  
Tanggal : 25 Juli 2024

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, 26 Juli 2024



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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

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

Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc  
NIP. 19810914 202321 2 019

Penguji III,

Penguji IV,

Yantos, S.IP, M.Si  
NIP. 19710122 200701 1 016

Yudhi Martha Nugraha, S.Sn., M.Ds  
NIP. 19790326 200912 1 002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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.



**PENGUNAAN FITUR REELS INSTAGRAM DALAM  
MEMPROMOSIKAN @DNVISUALCREATIVE DI PEKANBARU**

Disusun Oleh:

**FADEL ANANDA GUTANIO**  
**NIM. 12040312061**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 18 Juli 2024

Pembimbing,

**Edison S.Sos., M.I.Kom**  
**NIP. 19780416 202321 1 009**

Mengetahui:

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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

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.



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

**Nama** : Fadel Ananda Gutanio  
**NIM** : 12040312061  
**Tempat/Tgl.Lahir** : Padang, 22 Juli 2002  
**Fakultas** : Dakwah dan Komunikasi  
**Prodi** : Ilmu Komunikasi

**Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah Lainnya\*** **PENGGUNAAN FITUR REELS INSTAGRAM DALAM MEMPROMOSIKAN @DNVISUALCREATIVE DI PEKANBARU**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah Lainnya\*~~ dengan judul sebagaimana disebutkan diatas 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 sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah Lainnya\*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

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

Pekanbaru, 18 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



**Fadel Ananda Gutanio**

**NIM. 12040312061**

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang memperjual belikan atau menyewakan hak cipta ini kepada pihak lain tanpa menandatangani dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan 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.



## 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 : Fadel Ananda Gutanio  
NIM : 12040312061  
Judul : PENGGUNAAN FITUR REELS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI VIDEOGRAPHER FREELANCE PEKANBARU

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 8 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, 8 Januari 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Julis Suriani, M.I.Kom  
NIP. 130 417 019

Penguji II,

Suardi, S.Sos., M.I.Kom  
NIP. 19780913 201411 1 003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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.  
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



Pekanbaru, 18 Juli 2024

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 : Fadel Ananda Gutanio  
NIM : 12040312061  
Judul Skripsi : PENGGUNAAN FITUR REELS INSTAGRAM DALAM  
MEMPROMOSIKAN @DNVISUALCREATIVE DI  
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,

Edison, S.Sos, M.I.Kom.  
NIP. 19780416 202321 1 009

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau / Sultan Syarif Kasim Riau

## ABSTRACT

**Name** : *Fadel Ananda Gutanio*  
**Department** : *Communication Science*  
**Title** : *Utilizing the Reels feature on Instagram to Promote @Dnvisualcreative in Pekanbaru*

*This research aims to investigate the use of Instagram Reels features in promoting the Production House @dnvisualcreative in Pekanbaru. The research method employed is qualitative descriptive. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The study found that @dnvisualcreative effectively utilizes Instagram Reels and aligns with the four characteristics of media richness theory: signal variety, language variety, signal redundancy. Timely information is conveyed through three features including Instagram Reels, Instagram Stories, Instagram Feeds, with content such as advertising branding, new products, or concerts relevant to followers. It can be concluded that Instagram serves as a social media platform for Videography Services, providing timely and quality content. In utilizing signal diversity, Instagram communicates information through two approaches: type and form approach and improvisation approach by presenting content such as photos, videos, and illustrations. Moreover, in language variety utilization, the account effectively communicates content with video quality lighting, categorizing information using hashtags. Leveraging its personal resources, followers clearly understand and receive valuable content during and after production phases.*

**Keywords:** *Instagram, Reels, Videography.*

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.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Robbil'aalaamiin. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang mana atas rahmat dan nikmat-nya telah memberikan kesehatan serta kemudahan jalan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan tugas akhir perkuliahan ini. Sholawat dan salam tak lupa akan selalu dihadiahkan kepada junjungan serta baginda besar umat muslim, Nabi Muhammad SAW yang mana telah membawa peradaban manusia dari zaman kegelapan hingga sampai ke zaman terang benderang yang diridhoi Allah SWT. Alhamdulillah pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi atau tugas akhir ini dengan judul **“Analisis Visual Pada Poster Film Parasite (2019) Menggunakan Pendekatan Semiotika Roland Barthes”**. Skripsi atau tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Paling utama penulis sangat bersyukur dan sangat berterima kasih sebanyak-banyaknya kepada Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan rahmat, nikmat, serta kemudahan, dan kesempatannya sehingga penulis dapat bertahan dan berhasil menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Dalam penyusunan skripsi ini juga, penulis memperoleh banyak dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa-doa baik dari kedua orang tua terkasih yang sangat penulis sayangi dan hormati, Ayahanda tercinta **Roni Paslah** dan Ibunda tercinta **Rina Adriana** yang tidak pernah berhenti menyayangi penulis, dan merawat dengan baik serta tentunya mendukung penuh penulis untuk menyelesaikan perkuliahan hingga saat ini. Serta terima kasih juga kepada keluarga besar yang telah membekali doa agar peneliti bisa menjalani semuanya dengan hati yang tenang. Seterusnya penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak dan Ibu:



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.

1. Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Prof. Dr. Hj. Helmiati, M. Ag selaku Wakil Rektor I, Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M. Pd selaku Wakil Rektor II, dan Prof. Edi Erwan, S. Pt., M. Sc., Ph. D selaku Wakil Rektor III.
3. Prof. Dr. Imran Rosidi, S.Pd.,M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Badri , SP., M.Si selaku PLT. Wakil Dekan II, dan Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Dr. Muhammad Badri , SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Edison, S.Sos, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing dan penasehat akademik dari awal semester hingga semester ini. Terima kasih sebanyak-banyaknya atas berbagai ilmu yang sangat berharga, dukungan, bantuan, bimbingan, dan waktu yang diberikan kepada peneliti dari awal hingga akhir skripsi selesai.
7. Seluruh Dosen dan Dosen Penguji Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-satu. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi peneliti kedepannya.
8. Terimakasih kepada seluruh Dosen Penguji Seminar Proposal dan Ujian Munaqasah yang telah meluangkan waktunya untuk melaksanakan ujian dan memberikan saran.

9. Terima kasih kepada rekan-rekan di kelas Ilmu Komunikasi Broadcasting L angkatan 2020 yang telah menemani saya selama perkuliahan, semoga kalian menjadi orang sukses.
10. Terima kasih kepada keluarga besar SUSKA TV, telah memberikan wadah bagi saya untuk belajar, mengasah diri untuk lebih berkembang. Semoga harapan selanjutnya dapat terealisasi dengan baik.



- 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.

3.6.	Validitas Data.....	22
3.7.	Teknik Analisis Data.....	22
<b>BAB IV .....</b>		<b>24</b>
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>		<b>24</b>
4.1.	Sejarah Instagram.....	24
4.2.	Sejarah akun.....	26
4.3.	Sejarah Kota Pekanbaru .....	28
4.3.1.	Visi Misi Kota Pekanbaru .....	29
4.3.2.	Wilayah Geografis .....	31
<b>BAB V .....</b>		<b>34</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>34</b>
5.1.	Hasil Penelitian .....	34
5.1.1.	Kesegeraan (Immediacy) .....	34
5.1.2.	Keragaman Isyarat (Multiple Cues) .....	39
5.1.3.	Variasi Bahasa (Language Variety) .....	43
5.1.4.	Sumber Personal (Personal Source) .....	48
5.2.	Pembahasan.....	52
5.2.2.	Keragaman Isyarat .....	55
5.2.3.	Variasi Bahasa.....	56
5.2.4.	Sumber Personal .....	58
<b>BAB VI.....</b>		<b>62</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>62</b>
6.1.	Kesimpulan .....	62
6.2.	Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>64</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Tampilan @Dnvisualcreatif .....	4
Gambar 5. 1. Instagram .....	26
Gambar 5. 2. Instagram .....	27
Gambar 5. 3. Fitur Instagram yang di gunakan .....	54
Gambar 5. 4. Konsep Sumber personal.....	59
Gambar 5. 5. Cuplikan video reels acara My Fest .....	60
Gambar 5. 6. Cuplikan video reels Iklam Fitbeat,pro .....	60

### 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 Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi saat ini, membuat proses komunikasi berjalan dengan mudah dan lancar. Internet sudah tidak asing lagi dan menjadi alat komunikasi utama di masyarakat. Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial, bekerja sama, berbagi informasi serta merepresentasikan diri (Rulli Nasrullah, 2016:13).

Media sosial menawarkan kebebasan bagi penggunanya untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi. Media sosial sangat mudah digunakan dan mudah dipelajari untuk pengguna baru. Penggunaan media sosial tidak memerlukan biaya yang besar bahkan gratis. Media sosial memberikan akses yang mudah kepada para penggunanya untuk berinteraksi atau membagikan informasi. Penyebaran informasi melalui media sosial yang sering digunakan saat ini, salah satunya adalah instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk instagram itu sendiri. Instagram menjadi sarana yang menjanjikan untuk berbagai akun, seperti akun informasi, berita, hiburan, kesehatan, online shop, dan ajang promosi.

Pemanfaatan instagram sebagai media promosi pemasaran online merupakan realita yang terjadi saat ini (Aprilya, 2017). Instagram merupakan salah satu jejaring sosial paling populer di seluruh dunia terutama di kalangan anak muda. Pada bulan juli 2021 Platfrom media sosial melaporkan pengguna aktif Instagram mencapai 1,07 miliar dan 354 juta penggunanya. Berdasarkan diagram di atas India adalah negara dengan pengguna Instagram terbanyak yaitu memiliki total 190,11 juta pengguna atau 10,4% dari total populasi penduduknya. Selanjutnya diikuti negara amerika serikat dengan 170 juta pengguna aktif, Brasil 110 juta pengguna, Rusia 61 juta pengguna. Sementara Indonesia sendiri ada di



nomor empat dengan 91,77 juta pengguna aktif. Instagram adalah platform populer untuk berbagi konten fotografi dan mengikuti kehidupan pesohor favorit. Pengguna terbesar terdapat di kelompok usia 18-24 tahun.

Instagram sebagai platform media sosial yang paling sering digunakan setelah Youtube dan Whatsapp (Katadata, 2018). Perkembangan teknologi saat ini sudah semakin berkembang, bagi para pengusaha keberadaan teknologi dimanfaatkan untuk memasarkan produknya. Dengan begitu secara tidak langsung tercipta persaingan yang sangat ketat pula. Banyaknya potensi berbagai usaha dalam produk membuat pengusaha harus mempromosikan produk yang memadai agar dapat dikenal luas di kalangan masyarakat. Kegiatan mempromosikan ini dilakukan dengan media sosial yang dapat memberikan kemudahan para konsumen untuk mendapatkan informasi. Media sosial adalah salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk yang dimiliki para pelaku bisnis melalui sosial Internet marketing. Media sosial memunculkan media sosial marketing yang berguna untuk membujuk para konsumen dan memberikan kemudahan untuk para pebisnis.

Sebuah peluang usaha pastinya memiliki tata cara promosi tersendiri. Hal ini dapat membantu meningkatkan eksposur merek dan memperluas jangkauan audiens target untuk dengan menyajikan konten yang menarik.

Caranya sangat mudah hanya dengan mengupload gambar dengan disertai deskripsi produk dalam waktu beberapa menit saja, setelah itu produk yang ditawarkan dapat dilihat oleh semua pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan biaya yang mahal. Selain media sosial yang sangat mudah digunakan, Instagram sekarang menjadi media sosial yang paling banyak diminati oleh banyak orang. Media sosial Instagram menyediakan layanan utama dalam bentuk gambar maupun video sehingga orang tidak akan mengalami kesulitan untuk melihat gambar, iklan yang kita share melalui Instagram. Instagram juga memiliki berbagai fitur pendukung lainnya seperti Instagram Story, Instagram live, IG TV, Instagram Ads dan Instagram Reels, sehingga memudahkan konsumen untuk melihat produk yang diinginkan atau yang dibutuhkan oleh pembeli.

#### 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

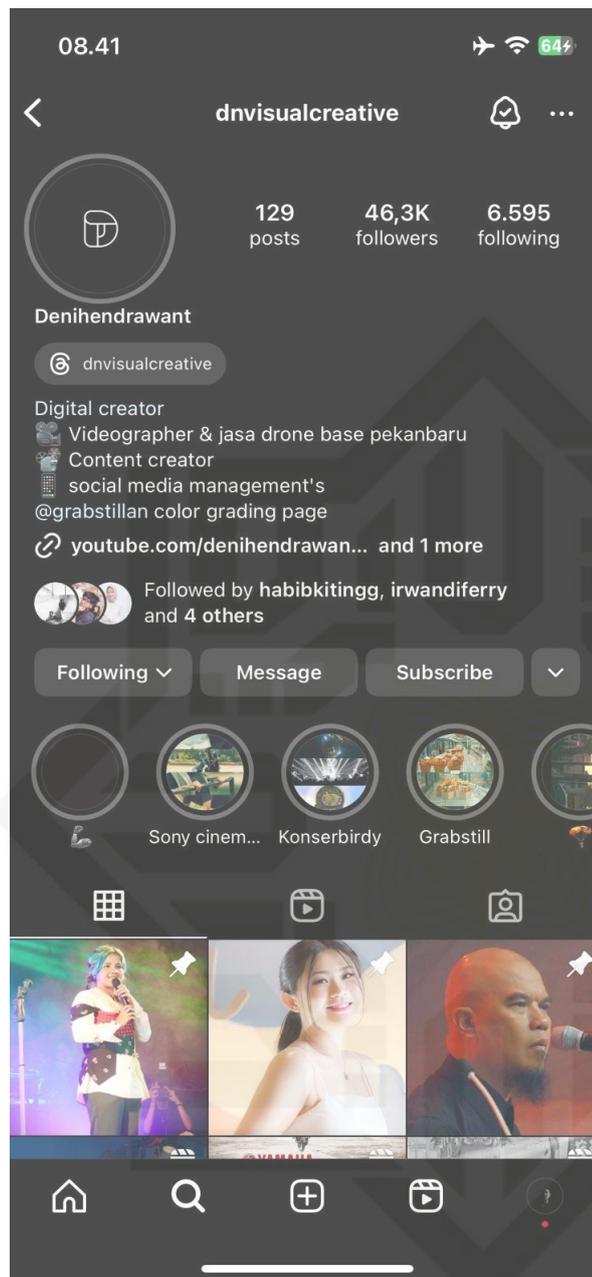
Keunikan dalam Instagram terdapat tampilan foto yang mampu memperluas peluang bisnis dan fenomena inilah yang digunakan para pengusaha untuk membuka peluang bisnis. Promosi melalui sosial media memberikan dampak sangat besar di perkembangan digital tepatnya lebih banyak terjadi di level bisnis. Akibatnya pemanfaatan sosial media Instagram sangat banyak digemari. Informasi yang terdapat di sosial media memberikan pengaruh menarik bagi konsumen (Lestiana, 2016). Instagram berevolusi dari sekedar layanan berbagi foto populer yang kini telah menjadi salah satu sarana untuk berpromosi yang sangat menjanjikan, terutama di Indonesia. Bahkan, banyak bisnis-bisnis beromzet milyaran rupiah yang hanya berawal dari Instagram.

DN Visual dimulai sejak 2019 dimana menggunakan nama akun @dnvisualcreative Diawali dengan aktif dalam komunitas youtuber pekanbaru, hingga kini yang lebih aktif di Instagram sebagai jasa dokumentasi dan konten creator. Kini menjadi besar dan cukup banyak diminati sebagai konten kreator atau sebagai jasa dokumentasi. Perkembangan dari akun dnvisual terbilang bagus, dari segi kualitas video, alat yang digunakan, maupun perkembangan akun yang bisa dilihat dari views, likes, bahkan jumlah followers. Karena dengan perkembangan itu, bisa membuka jalan untuk bekerja sama dengan brand brand besar. sehingga membutuhkan promosi yang lebih besar dan menarik untuk mendapatkan hasil yang maksimal. bukan hanya orang mengetahui akun tersebut namun masyarakat luas dapat menjalin kerjasama dalam membuat sebuah acara menggunakan jasa akun @dnvisualcreative.

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.



**Gambar 1. 1. Tampilan @Dnvisualcreative**

Sumber : Olahan Data Peneliti 2024

Secara konseptual, komunikasi pemasaran adalah sebuah profesi pekerjaan dimana seorang marcomm dapat dianggap sebagai pihak yang vital bagi sebuah perkembangan perusahaan. Seorang yang bertindak sebagai komunikasi pemasaran harus mampu mempertimbangkan strategi jangka panjang untuk meningkatkan promosi produk. Menurut Kotler dan Keller bahwa komunikasi



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

pemasaran merupakan metode menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung ataupun tidak langsung. Komunikasi pemasaran memegang peranan penting bagi konsumen dimana konsumen dapat menunjukkan alasan dan metode penggunaannya kapanpun serta dimanapun (Kotler, 2016).

Promosi memegang peranan penting dalam menghubungkan jarak antar pemroduksi dengan pengonsumsi. Kegiatan promosi ini tidak bisa dilakukan secara sembarangan karena mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, harus diusahakan bagai mana mempengaruhi berfikir pengguna akhir meyakinkan menggunakan Jasa @Dnvisualcreatif. Berdasarkan fenomena diatas, maaka dari itu peneliti tertarik meneliti sebuah penelitian komunikasi tentang *“penggunaan fitur reels Instagram dalam mempromosikan Production House @dnvisualcreative Di Pekanbaru”.*

### 1.2. Ruang Lingkung Kajian

Ruang lingkup penelitian ini ialah penulis membahas tentang bagaimana penggunaan fitur reels Instagram dalam mempromosikan Production House @dnvisualcreative di Pekanbaru.

### 1.3. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya penyimpangan dan kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian ini, maka penulis memberi batasan dan penjelasan mengenai istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian sebagai berikut:

#### A. Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbasis gambar dan video yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video dengan teman- teman, keluarga, dan pengikut mereka. Diluncurkan pada Oktober 2010, Instagram awalnya dibuat sebagai aplikasi berbagi foto untuk perangkat iOS. Namun, sejak itu, Instagram telah berkembang pesat dan tersedia di seluruh platform, termasuk Android dan web.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## B. Promosi

Promosi sebagai alat menyampaikan pesan tertentu yang berkaitan tentang produk baik barang atau jasa. Promosi membantu memperkenalkan konsumen pada suatu produk untuk digunakan memilih produk yang akan diinginkan melalui pesan yang membujuk, menginformasikan, mengingatkan dan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi sebagai arus informasi dalam kegiatan pemasaran interaktif dari mulut ke mulut untuk proses penjualan (Anton, 2010).

### C. @Dnvisualcreative

Sebuah akun bisnis di fitur aplikasi Instagram yang dimana menjual Jasa dokumentasi dan konten kreator..

#### 1.4. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah “penggunaan fitur reels Instagram dalam mempromosikan Production House @dnvisualcreative di Pekanbaru”?”

#### 1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan fitur reels Instagram dalam mempromosikan Production House @dnvisualcreative Di Pekanbaru”.

#### 1.6. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran dan ide serta sarana untuk memahami ilmu komunikasi khususnya bidang marketing Komunikasi.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bisa untuk memperluas pengetahuan dan informasi mengenai Media baru.
3. Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran bagi semua pihak yang membutuhkan informasi mengenai bidang marketing komunikasi.

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 mengummumkan 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.

**1.7. Sistematika Penulisan****BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini sebagai pembuka dalam pembahasan Proposal ini, sekaligus sebagai pendahuluan, disini akan diuraikan latar belakang masalah, penegasan istilah, kemudian ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan tentang kajian terdahulu, landasa teori dan kerangka pikir.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, informan penelitian, dan teknik pengumpulan data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi tempat penelitian, seperti sejarah, visi dan misi dan struktur organisasi.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisikan tentang hasil penelitian beserta pembahasannya.

**BAB VI : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**

**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

Dalam pembuatan karya ilmiah, sebelumnya penulis melakukan pengamatan dan tinjauan pustaka terhadap jurnal penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang ingin dilakukan, dengan tujuan agar terhindar dari kesamaan-kesamaan penelitian, berikut beberapa kajian terdahulu.

Pertama, Penelitian oleh Silvester Dian Handy Permana dan Maya Cendana dengan judul “Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Keberlangsungan Bisnis Umkm” di tahun 2019 memiliki rumusan masalah bagaimana bisnis umkm memanfaatkan social media untuk keberlangsungan usaha mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keberlangsungan usaha bisnis UMKM tergantung pada kestabilan dan peningkatan jumlah transaksi yang ada. Oleh maka itu diperlukan promosi baik melalui di sosial media maupun non-sosial media untuk meningkatkan jumlah transaksi (Permana, 2019).

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Nutriana Hidayati, dkk pada tahun 2020 dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang” memiliki permasalahan kurangnya pengetahuan pemilik usaha terhadap promosi media social sebagai media promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan dengan adanya kegiatan pelatihan kepada pelaku UMKM di Kecamatan Tembalang Semarang nantinya para pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat bantu digital marketing sehingga cakupan wilayah promosi menjadi luas dan membantu dalam melakukan penjualan produk (Hidayati.dkk, 2020).

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Chriswardana Bayu Dewa dan Lina Ayu Safitri di tahun 2021 dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi



Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)” memiliki permasalahan dimana sang penulis ingin melihat bagaimana pemanfaatan tiktok sebagai sarana promosi di Yogyakarta. Metode yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa Tiktok menjadi media promosi yang efektif karena Tiktok memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, populer di kalangan milenial, sering digunakan oleh selebriti dan memiliki fitur Tiktok ads yang dapat mengoptimalkan penyebaran konten (Dewa, 2021).

keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Maria Adventina Sunardiyah, dkk pada tahun 2022 dengan judul, “Pemanfaatan instagram sebagai media pembelajaran ipa di sekolah dasar pada abad 21” memiliki permasalahan untuk mengetahui tanggapan peserta didik tentang pemanfaatan instagram sebagai media pengumpulan tugas IPA materi sistem tata surya di Sekolah Dasar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa video yang diupload di reels Instagram sebagai media pembelajaran IPA di Sekolah Dasar pada Abad 21 ini sangatlah tepat (Sunardiyah, 2022).

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Ayu Sulistyaning Cipta dan Era Dewi Kartika pada tahun 2022 dengan judul, “Pemanfaatan Reels Instagram sebagai Sarana Joyful Learning pada Matakuliah Desain dan Strategi Pembelajaran Matematika” memiliki permasalahan untuk mengetahui apakah fitur reels pada Instagram akan menjadi sarana Joyfull learning pada mahasiswa semester 4 program studi pendidikan matematika IKIP Budi Utomo Malang yang sedang mengampu mata kuliah Desain dan Strategi Pembelajaran. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa Mahasiswa sangat antusias dan bergembira dalam mengikuti pembelajaran. UAS yang dilakukan secara daring dengan mengunggah video pada fitur Reels instgram dapat meningkatkan kreatifitas mahasiswa (Cipta, 2022).

Keenam, Penelitian yang dilakukan oleh Annissa Latifa Salsabila dan Muchamad Rizqi pada tahun 2022 dengan judul, “Strategi promosi dalam meningkatkan Brand Awareness produk bibir Wardah Cosmetics melalui konten Instagram Reels Campus Ambassador di kalangan Mahasiswa” memiliki permasalahan untuk menentukan strategi promosi produk bibir Wardah Cosmetics

#### 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.

melalui konten Instagram Reels untuk meningkatkan brand awareness di kalangan mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa menunjukkan dengan reels Instagram, dapat menunjang performa akun itu melalui konten Instagram Reels (Annissa,dkk. 2022).

Ketujuh, Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawaty Khoerunnisa, dkk, pada tahun 2021 dengan judul, “Peranan Penggunaan Instagram terhadap Kepercayaan Diri Remaja” memiliki permasalahan untuk mengetahui apakah Instagram memiliki peran terhadap kepercayaan diri pada remaja. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa Instagram berperan besar dalam penurunan kepercayaan diri pada remaja (Khoerunnisa, 2021).

Kedelapan, Penelitian yang dilakukan oleh Wenny Aprian, S.Pd, dkk, pada tahun 2021 dengan judul, “Students’ perception Using Instagram Reels Toward Speaking Ability Improvement: English Departement Students’ Voice” memiliki permasalahan untuk mengetahui persepsi siswa tentang penggunaan Instagram reels dalam meningkatkan keterampilan berbicara Bahasa Inggris. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa Instagram berperan positif dalam proses improvisasi Kemahiran berbahasa Inggris mereka (Wenny,2021).

Kesembilan, Penelitian yang dilakukan oleh Adella Rizki Amalia pada tahun 2022 dengan judul, “Instagram Reels Importance In New Product Promotion’ Voice” memiliki permasalahan untuk mengetahui seberapa penting Instagram reels dalam mempromosikan produk terbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa Instagram reels sangat bermanfaat dalam media promosi produk terbaru (Adella, 2022).

Kesepuluh, Penelitian yang dilakukan oleh Chinmay Jain, S.Pd, dkk, pada tahun 2022 dengan judul, “Students’ Perceptions On The Use Of Instagram Reels To Stimulate Students’ Motivation In Speaking English” memiliki permasalahan untuk mengetahui seberapa besar Instagram reels menstimulasi siswa SMA N 1 Randublatung dalam meningkatkan keterampilan berbicara Bahasa Inggris melalui Instagram reels (Chinmay, 2022). Metode penelitian yang digunakan



adalah kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa Instagram reels bermanfaat dalam meningkatkan motivasi siswa dalam berbahasa inggris.

## 2.2. Kajian Teoritis

Pada bab ini akan disajikan kerangka teoritis, yang nantinya dijadikan sebagai tolak ukur dalam penelitian. Sebagaimana diketahui teori merupakan sekumpulan konsep, definisi, proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala yang menjabarkan relasi diantara variabel, untuk meramalkan gejala tersebut (Kriyantono,2006).

Kerangka teori diperlukan sebagai landasan berpikir dalam memecahkan permasalahan yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti dan sebagai pedoman dasar berpikir dan berfungsi untuk mendukung analisa variabel-variabel yang diteliti. Kerangka teori disusun sebelum melakukan penelitian yang lebih lanjut sebagai landasan untuk menggambarkan dari segi mana peneliti menyorot masalah yang telah dipilihnya (Hadari 2005).

### 2.2.1. New Media

Media baru diartikan sebuah produk hasil dari komunikasi yang berhubungan dengan teknologi komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Menurut Ardianto(2009:141) media baru yang sangat diminati oleh semua orang adalah internet. Internet merupakan jaringan longgar dari jaringan komputer yang menghubungkan jutaan orang diseluruh dunia. Awalnya internet dikembangkan oleh Pentagon, pada tahun 1960-an internet merupakan sistem yang menghubungkan jaringan berbagai komputer dengan kabel telpon dan modem. Pada tahun 1990 Seorang ilmuwan eropa mengembangkan world wide web (WWW) atau yang kita kenal dengan website.

Mulai tahun 2000, internet memulai fase web 2.0 dimana semua menjadi lebih interaktif dan terbuka untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Media baru pastinya berbeda dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa lainnya. Internet merupakan salah satu bentuk

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.





pada bulan Mei 2020 mencapai 69.270.000 akun. Ada kenaikan dari sebelumnya 65.780.000 akun di bulan April 2020. Dengan jumlah tersebut, artinya pengguna Instagram di Indonesia pada Mei 2020, menyumbang 25,3 persen dari seluruh populasi. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media eksistensi diri dan juga bisa dimanfaatkan sebagai media pemasaran.

Dari sisi pemasaran, melalui instagram produk yang ingin dipasarkan bisa dibagikan berupa foto ataupun video secara luas sehingga konsumen dapat melihat dan memilih apa yang mereka inginkan. Diberitakan melalui kompas.com pada tanggal 31 januari 2019, pengguna harian pada fitur instagram stories mencapai 500 juta akun pengguna aktif, melebihi fitur-fitur instagram yang lainnya.

Instagram stories adalah fitur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya untuk membagikan unggahan baik berupa foto dan video singkat berdurasi 15 detik sampai dengan 1 menit yang dapat dibagi menjadi beberapa unggahan yang hanya bertahan di instagram selama 24 jam. Meskipun hanya bersifat sementara, foto dan video yang di-posting dapat disimpan secara manual oleh pengguna menggunakan story highlight dan disimpan di profil pengguna secara permanen sehingga dapat dilihat oleh pengguna lain melebihi batas waktu 24 jam tersebut.

Fitur instagram stories merupakan sebuah fitur yang paling populer dibanding fitur-fitur lainnya karena di dalam fitur instagram stories terdapat fitur pendukung yang dapat membuat pengguna tertarik dan selalu kembali menggunakan fitur stories ini saat menggunakan aplikasi instagram. Fitur ini digunakan untuk berbagi kegiatan sehari-hari, membagikan informasi, dan juga untuk berbisnis. Menurut situs resmi instagram bisnis, Fitur-fitur yang terdapat dalam instagram stories diantaranya:

- a. Filter, Filter merupakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menambahkan efek dalam unggahan foto atau video agar menarik perhatian pengguna lain.

#### 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. Caption, Caption merupakan keterangan atau penjelasan yang ditulis oleh pengguna mengenai postingannya tersebut. Dengan menggunakan caption, pengguna dapat memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan.
- c. Hashtags, Hashtags merupakan fitur untuk mengelompokkan postingan agar pengguna lain mudah menemukan postingan tersebut. Penggunaan Fitur Instagram Stories sebagai Media Komunikasi (Muchamad Nabil)
- d. Polling, Polling, merupakan fitur yang digunakan untuk mengumpulkan opini dari para pengikut. Fitur ini sama-sama menguntungkan baik penjual maupun pembeli.

### 2.2.3. Teori Media Richness Theory (Teori Kesempurnaan Media)

Untuk menganalisis daya tarik Insatgram peneliti menggunakan teori Kekayaan Media (Media Richness Theory). Media Richness Theory menempatkan media pada “kesempurnaan” mereka. Kesempurnaan ini digambarkan sebagaimana potensi media tersebut dalam menyampaikan informassi (Daft dan Lengel, 1984:196). Percaakaan face to face adalah media yang paling kaya. Pengirim dapat dengan mudah menerima umpan balik dengan cepat dan penerima dapat dengan cepat mendengar dan memahami pesan yang disampaikan tersebut. Ketika melakkan percakapan face to face, baik komunikator dan komunikan dapat memperlihatkan bahasa tubuh, mimik wajah, atau isyarat lainnya sehingga dapat mempermudah pemahaman akan apa yang disampaikan.

Dalam Media Richness Theory atau Teori Kekayaan Media (Daft dan Engel, 1986) disebutkan bahwa pelaku komunikasi sebaiknya menggunakan saluran komunikasi yang sesuai dengan isi informasinya. Kekayaan media itu sendiri mengacu pada kapasitas suatu media dalam menyampaikan informasi. Dan menurut teori ini, kekayaan suatu media dinilai dari empat karakteristik: kecepatan umpan balik, kemampuan membawakan kepribadian penyampai informasi, ketersediaan berbagai jenis isyarat, dan keragaman bahasa yang digunakan. (Dainton dan Zelle, 2011)

Burgoon et al. (2002), menggunakan istilah modalitas presentasi untuk menjelaskan format komunikasi, baik verbal, visual, audio, atau kombinasi



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

format-format tersebut, dalam menyampaikan informasi atau pesan. Jika dihubungkan dengan Teori Kekayaan Media, maka media dikatakan “kaya” jika menggunakan beberapa modalitas sekaligus. Informasi yang disampaikan dengan berbagai modalitas seperti audio dan visual, lebih kaya dibandingkan konten audio saja atau visual saja. Banyak kajian yang membuktikan bahwa modalitas-modalitas yang dipakai bersamaan adalah lebih efektif dalam mengkomunikasikan brand, misalnya pengaruh modalitas presentasi terhadap perhatian konsumen kepada brand (Nguyen et al., 2017), terhadap kepercayaan kepada iklan (Nan et al., 2017). Penelitian Chen dan Chang, 2018, bahwa isyarat-isyarat seperti gambar, audio, dan gerakan secara berbarengan akan memudahkan konsumen mencerna informasi secara kognitif, yang memungkinkan mereka untuk mengingatnya dan memudahkan dalam membuat keputusan. (Kusumasondjaja, 2020)

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas dan Teori Kekayaan Media (Daft dan Engel, 1986), maka dalam konteks penelitian ini, dibedakan antara modalitas yang “kaya”, yang terdiri atas gambar bergerak atau video, dan suara, dengan media yang kurang kaya, yang dalam konteks penelitian Instagram ini berupa foto atau gambar diam. Menurut teori kekayaan media, suatu media dapat dinilai berdasarkan empat kriteria yaitu, kesegeraan informasi, sumber personal informasi, ketersediaan berbagai jenis keragaman isyarat, dan variasi bahasa informasi (Mochammad Surjo Koentjoro, 2020). Daft dan Lengel mengusulkan empat kriteria untuk menilai media, yaitu :

1. Kesegeraan (immediacy) : kemampuan media dalam menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik secara cepat. Kesegeraan merujuk pada kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik secara cepat. Kriteria ini sangat penting bagi proses komunikasi karena terjadinya penundaan dapat menyebabkan isu penting menjadi tidak tepat lagi.
2. Keragaman Isyarat (multiple cues) : kemampuan untuk mengomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda-beda, seperti tubuh, bahasa, suara, dan intonas

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.

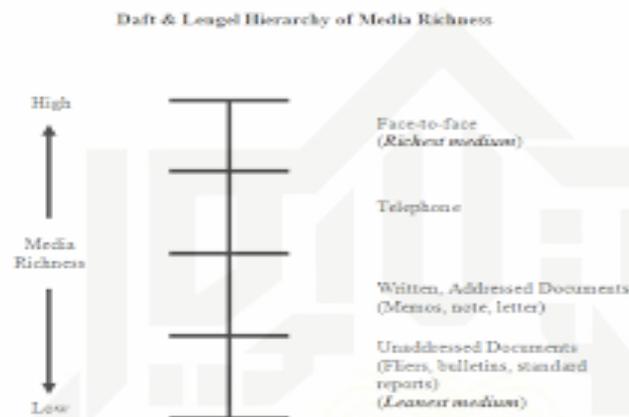
3. Variasi Bahasa (language variety) : kemampuan dalam menggunakan kata dan bahasa yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman dalam berkomunikasi satu sama lain.
4. Sumber Personal (personal source) : kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi. Sumber personal ini penting dalam penyampaian pesan kepada pengguna akhir.

Media Richness Theory merupakan anggapan sebuah “kekayaan” dari suatu media terkait dengan kehadiran sosial secara fisik. Meskipun komunikasi yang dapat terjadi secara tatap muka adalah penting untuk dianggap kaya, tetapi ada bentuk lain yang ada pada media yang juga patut untuk diperhitungkan. Terutama media komunikasi yang dapat diakses dengan komputer atau telepon genggam seperti surat elektronik (email), pesan suara (telepon), videocall dan yang lama kelamaan makin tersedia setelah munculnya Media Richness Theory. Asumsi dari teori ini adalah pada dasarnya komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi ketidakpastian serta kemungkinan ambiguitas dari pesan yang disampaikan.

Pada teori ini juga disebutkan bahwa setiap media memiliki tingkat richness yang berbeda-beda, dimana berapa jumlah informasi yang dapat mereka transmisikan dalam suatu interval waktu, oleh karena itu beberapa media lebih efektif dibanding media yang lainnya dalam memecahkan ambiguitas dan ketidakpastian (Lubis 2014). Media sosial dengan jenis yang beraneka ragam memiliki tingkat kekayaan media yang juga bermacam-macam. Menurut Lubis (2014) blog adalah jenis media sosial yang memiliki tingkat presentasi sosial ataupun kekayaan media (media richness) yang rendah namun memiliki tingkat presentasi dan pengungkapan diri yang tinggi, sementara itu collaborative projects seperti wikipedia memiliki tingkat presentasi diri dan pengungkapan diri yang rendah.

Selanjutnya pada social networks seperti facebook memiliki tingkat presentasi sosial dan kekayaan media yang sedang, di lain pihak memiliki tingkat presentasi diri ataupun pengungkapan diri yang tinggi. Content communities seperti YouTube adalah jenis media sosial yang memiliki tingkat presentasi sosial ataupun

kekayaan media yang sedang dan presentasi diri serta pengungkapan diri yang rendah. Sementara itu virtual social world seperti Second Life dan virtual game online memiliki tingkat presentasi sosial dan kekayaan media yang tinggi. Bedanya pada virtual social world memiliki tingkat presentasi diri dan pengungkapan diri yang tinggi sedangkan virtual game online lebih rendah.



**Gambar 2. 1. Hierarki dalam Kekayaan Media**

Sumber: Trevino, Daft & Lengel, 1987:358

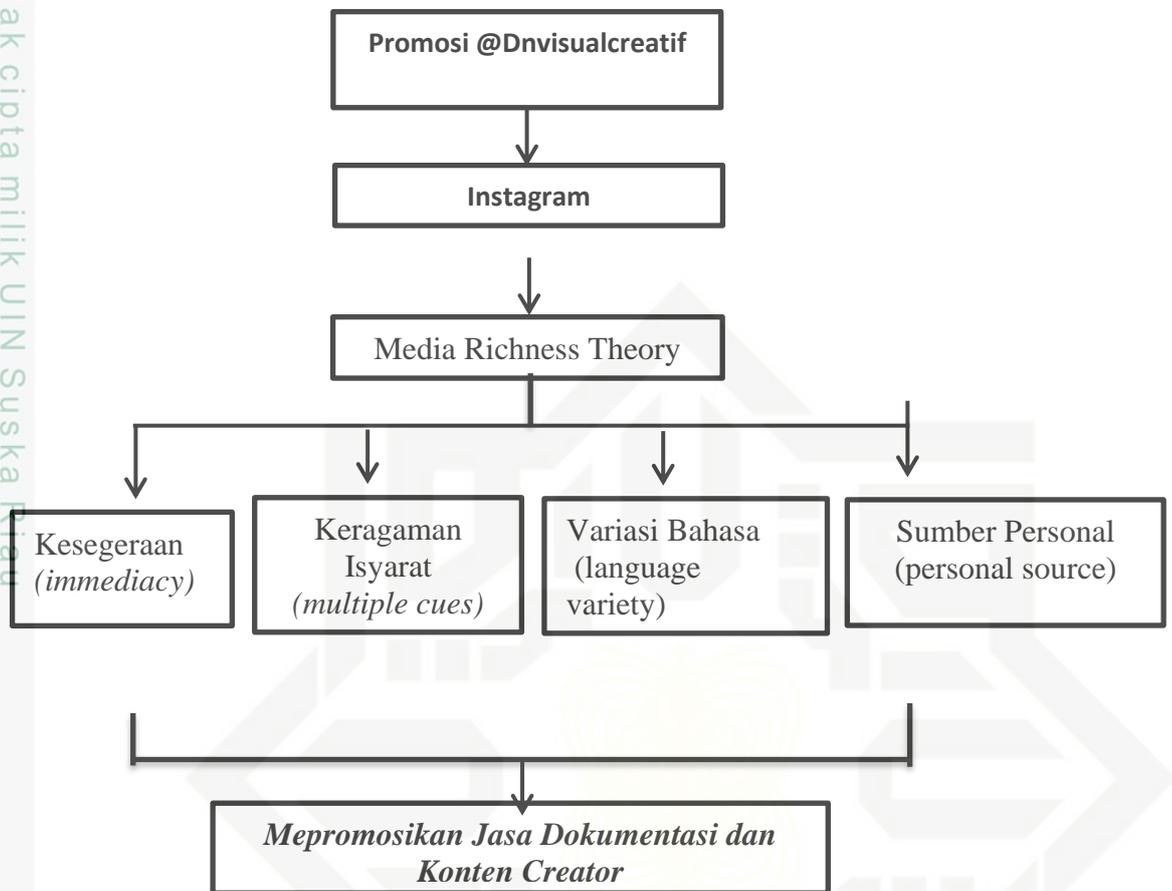
### 2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Berikut ini adalah kerangka pikir penelitian :

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.



**Gambar 2. 2.Kerangka Pikir**

Sumber: Olahan data peneliti tahun 2024



## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1. Desain Penelitian

Kata "metode" berasal dari kata Yunani "methodos," yang diterjemahkan menjadi "cara" dalam bahasa Inggris. Pendekatan atau metodologi yang digunakan untuk melakukan penelitian disebut sebagai metode. Metode adalah serangkaian langkah (apa yang harus dilakukan) yang diorganisasikan secara logis (urutan logis). 38 Hal ini dilakukan dalam upaya mengungkap solusi yang dapat didukung secara ilmiah, serta validitasnya (Ruslan,2003).

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini lebih menekankan kepada interpretasi dari peneliti berdasarkan teori-teori yang ada. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak dapat ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.

### 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan dan waktu merupakan kapan penelitian tersebut dilakukan. Penelitian ini lokasi di tujukan secara virtual dalam akun @Dnvisualcreative dan waktu penelitian ini pada bulan April-Agustus 2024

### 3.3. Sumber Data

#### 1. Sumber data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media, sumber data primer dapat berupaopini subjek atau orang subjek atau orang secara individu atau kelompok.

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

Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.

## 2. Sumber data Sekunder

Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu dari hasil dokumentasi dan data-data yang tersedia dari berbagai pihak atau instansi terkait dengan penelitian. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan

### 3.4. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini akan dipilih secara purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan- tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan. Informan penelitian terbagi menjadi 2 yaitu (Ruslan, 2006):

1. Informan Kunci (*Key Informan*) merupakan para ahli yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian dan tidak dibatasi dengan wilayah tempat tinggal. Dimana dalam penelitian ini Key Informan ialah pemilik akun @Dnvisualcreative
2. Informan Tambahan yaitu siapa saja yang ditemukan di wilayah penelitian yang diduga dapat memberikan informasi tentang masalah yang diteliti. Untuk informan tambahan ialah staff atau team bagian promosi dan produksi.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Metode Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Wawancara mendalam (indepth interview) merupakan metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang Dalam penelitian ini akan dilakukan wawancara mendalam kepada informan yang telah di pilih diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara, pewawancara, dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan (Hadi,1989).

Agar wawancara dapat berlangsung dengan baik sehingga diperoleh data yang diinginkan, maka petugas wawancara atau peneliti harus menciptakan suasana yang akrab sehingga tidak ada jarak dengan petugas wawancara dengan orang yang diwawancarai. Adapun kelebihan pengumpulan data dengan cara wawancara adalah data yang diperlukan langsung diperoleh sehingga lebih akurat dan dapat dipertanggung jawabkan

#### 2. Observasi

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data yang digunakan dengan mengadakan pengamatan yang disertai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran yang dilakukan secara langsung pada lokasi yang menjadi objek penelitian (Sugyono, 2007).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipan karena observasi partisipan merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara dekat dengan sekelompok orang/budaya/masyarakat beserta kebiasaan mereka dengan cara melibatkan diri secara intensif kepada budaya tersebut dalam waktu yang panjang untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kebiasaan dan budaya orang tersebut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dalam penelitian kualitatif dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

#### 3.6. Validitas Data

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang membandingkan atau mengecek data terhadap sesuatu selain data tersebut. Kredibilitas informan, waktu pengungkapan, kondisi yang dihadapi, dan faktor lain semuanya dapat memengaruhi hasil. Akibatnya, peneliti harus melakukan triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber dalam berbagai cara dan pada berbagai periode. Jadi ada triangulasi sumber/informan, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi temporal (Arikunto, 2006).

Triangulasi teknis, triangulasi sumber, dan triangulasi teoritis adalah tiga bentuk triangulasi. Insinyur menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data dari sumber yang sama, yang dikenal sebagai triangulasi teknik. Triangulasi sumber mengacu pada pemanfaatan banyak sumber oleh peneliti untuk memperoleh data dengan menggunakan metode yang sama (Komariah, 2006).

Triangulasi teoretis dilakukan dengan membandingkan hasil akhir perumusan informasi dengan sudut pandang teoretis yang sesuai untuk menghilangkan bias dan subjektivitas peneliti dalam temuan. Peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk penelitian ini. Hal ini dicapai melalui penyelidikan realitas fakta-fakta tertentu dengan memanfaatkan berbagai sumber data seperti makalah, arsip, wawancara, dan observasi, serta mewawancarai beberapa subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berlawanan.

#### 3.7. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Analisis Deskriptif Kualitatif. Pendekatan deskriptif ini digunakan, karena

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.



dalam menganalisa data yang dikumpulkan, data tersebut berupa informasi dan uraian dalam bentuk prosa yang kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran, data berupa penjelasan-penjelasan bukan dengan angka.

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Moelong berikut:

- a. Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topik- topik pembahasan.
- b. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
- c. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan.
- d. Menarik kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat (Meolong,2004)

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam pembahasan penelitian ini adalah pengolahan data deskriptif kualitatif. Yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

#### 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 IV GAMBARAN UMUM

### 4.1. Sejarah Instagram

Dimulai dengan satu juta pengguna bulanan, aplikasi berbagi foto dengan 100 juta foto yang diunggah pada bulan 2011 dan 10 juta pengguna pada bulan september tahun yang sama. Pada bulan april 2012, perusahaan mengumumkan partisipasi 30 juta pengguna. Pada bulan yang sama, facebook mencatat pertumbuhan instagram dan membeli aplikasi sebesar US\$ 1 miliar, akuisisi terbesar ketiga sampai saat ini. Dari awal, pengguna instagram meroket. Ini mencapai 80 juta pengguna bulanan setelah akuisisi dan hampir dua kali lipat bahwa untuk 150 juta pengguna bulanan pada akhir 2013. Sebelum facebook, twitter juga sempat menyatakan minatnya untuk membeli isntagram pada tahun 2011.

Pada mei tahun 2013, instagram memperkenalkan penandaan foto dan “foto anda” tab baru pada profil pengguna dengan koleksi gambar atau foto yang ditandai ke akun pengguna tersebut. Foto tagging juga diperluas ke merek, langkah yang ramah bisnis yang dilaporkan menyebabkan peningkatan penjualan. Pada bulan 2013, instagram membuat lebih mudah untuk berbagi posting dengan menambahkan link untuk menanamkan foto dan vidio. Orang dapat menunjukkan konten instagram seperti yang dimaksud kan untuk terlihat, dengan hanya menyalin dan menyisipkan link embed ke sebuah artikel atau website dengan fungsi baru ini. Kemudian, facebook mulai menggabungkan „kealamian iklan“ dalam aplikasi pada oktober 2013. Karena pengguna tidak dimanfaatkan untuk menjaring iklan, facebook memutuskan untuk memulai dengan hanya segelintir foto dan vidio yang menarik. Dan pada akhir 2013 instagram juga menambahkan layanan obrolan pribadi bagi pengikut untuk mengirim foto dan vidio pribadi satu sama lain. Tidak sampai disitu, instagram juga meluncurkan sebuah fitur yang terinspirasi dari fitur snapchat bernama instgram stories pada tahun yang sama. Instagram adalah salah satu media sosial yang memungkinkan penggunanya

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.



untuk berbagi foto dan video dari kehidupan mereka, menambahkan keterangan atau caption, mengedit dan mencoba menggunakan filter kamera yang tersedia, mengubah pengaturan, dapat terhubung dengan orang lain, dan masih banyak kegiatan lainnya.

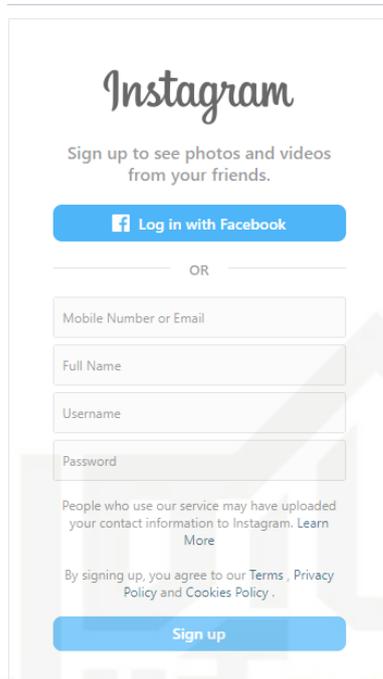
Instagram diluncurkan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, aplikasi tersebut kemudian dibeli oleh Facebook pada tahun 2012 (Rousseau dan Foulk, 2018). Sejak Instagram dibeli oleh Facebook, akun Instagram yang pengguna miliki dapat terhubung dengan akun Facebook yang dimiliki. Instagram menyediakan berbagai pilihan kepada pengguna untuk dapat log in pada akun Instagram yang dimilikinya. Pengguna dapat log in melalui nama pengguna, nomor telepon, e-mail serta akun Facebook pengguna yang terhubung dengan akun Instagram milik mereka. Menurut artikel yang ditulis Shouthern (2020) menyebutkan bahwa Instagram menjadi sumber berita yang cukup populer untuk pengguna milenial dan akan menggantikan media sosial Twitter menurut penelitian terbaru. Bentuk unggahan yang berupa foto maupun video akan membuat para content creator dan akun pembuat berita menjadi lebih kreatif dalam mengemas ulang informasi. Semakin banyaknya pengguna Instagram yang menjadikan Instagram sebagai sumber rujukan untuk mencari kebutuhan informasi penggunaannya, Instagram memiliki fitur yang dapat mengorganisasikan dan menyimpan unggahan yang dianggap penting oleh pengguna pada akun pribadi milik mereka agar dapat dengan mudah melakukan temu kembali unggahan yang pengguna butuhkan, fitur tersebut adalah fitur simpan atau saved posts.

#### 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.



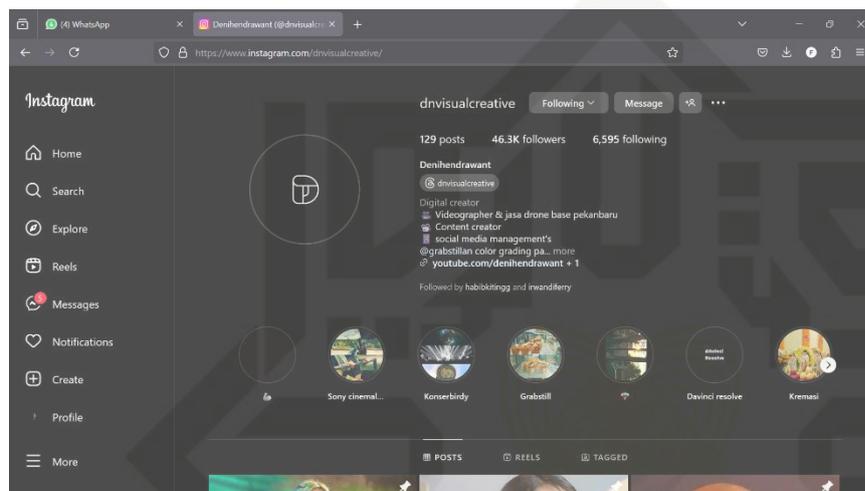
**Gambar 5. 1. Intagram**  
sumber: Instagram, 2024

#### 4.2. Sejarah akun

Dn visual creative merupakan sebuah production house yang telah berdiri sejak tahun 2019. Production house ini tentunya tidak dapat berdiri dengan sendirinya, PH ini didirikan oleh secara pribadi. Deni hendrawanto, seorang pria kelahiran lumajang ini berkarya sejak 2014, memulai karier sebagai konten creator youtube dengan nama deni hendrawan sejak 2016 dan telah mendapatkan subscriber sebanyak 100.000. dan memulai di Instagram sejak 2019, dan mulai fokus sejak tahun 2022. Oleh karena itu memutuskan untuk membuat sebuah production house bernama Dn visual creative yang dikenal di intagram akun . Logo dari dnvisualcreative ini adalah huruf 'D' yang mana sebagai penanda bahwa akun ini dimiliki oleh deni hendrawan itu sendiri, dengan pemilihan desain demikian, kesan elegan dan minimalis di usung oleh deni hendrawan sebagai logo dirinya di Instagram.

## Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Sebelumnya hanya ingin menguploadkan hasil karya-karya namun karena berujung banyak peminta jasa videografi maka merubah menjadi jasa videografi. Proyek iklan pertama yang dikerjakan membuahkan hasil yang baik. Mulai dari saat itu, terbuka untuk kolaborasi dan memberikan kualitas terbaik produksi audio-visual. sebagai media untuk dihubungi dan melihat secara langsung karya-karya yang telah diciptakan.



**Gambar 5. 2. Instagram**

Sumber : Instagram, 2024

Dn visual creative memiliki visi untuk memberikan kualitas konten terbaik yang dapat menjadi solusi kreatif sebuah brand dan membuat konten yang disesuaikan dengan target audience yang terlibat. Visi dari @dnvisualcreative ini dibuat adalah Menjadi sumber inspirasi dan pengetahuan bagi komunitas videografi di Instagram, dengan menyajikan karya-karya visual yang menginspirasi, edukatif, dan menghibur.

Jika untuk misi dari ini adalah

1. Menghasilkan konten dengan kualitas yang tinggi
2. Menginspirasi bagi para creator lainnya
3. Berkolaborasi
4. Mengedukasi, tapi tidak menggurui.

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.

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

### 4.3. Sejarah Kota Pekanbaru

Nama Pekanbaru dahulunya dikenal dengan nama "Senapelan" yang pada saat itu dipimpin oleh seorang Kepala Suku disebut Batin. Daerah yang mulanya sebagai ladang, lambat laun menjadi perkampungan. Kemudian perkampungan Senapelan berpindah ke tempat pemukiman baru yang kemudian disebut Dusun Payung Sekaki yang terletak di tepi muara sungai Siak.

Nama Payung Sekaki tidak begitu dikenal pada masanya melainkan Senapelan. Perkembangan Senapelan berhubungan erat dengan perkembangan Kerajaan Siak Sri Indrapura. Semenjak Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah menetap di Senapelan, beliau membangun istananya di Kampung Bukit berdekatan dengan perkampungan Senapelan. Diperkirakan istana tersebut terletak di sekitar Masjid Raya sekarang. Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah mempunyai inisiatif untuk membuat Pekan di Senapelan tetapi tidak berkembang. Usaha yang telah dirintis tersebut kemudian dilanjutkan oleh putranya Raja Muda Muhammad Ali di tempat baru yaitu disekitar pelabuhan sekarang.

Selanjutnya pada hari Selasa tanggal 21 Rajah 1204 H atau tanggal 23 Juni 1784 M berdasarkan musyawarah datuk-datuk empat suku (Pesisir, Lima Puluh, Tanah Datar dan Kampar), negeri Senapelan diganti namanya menjadi "Pekan Baharu" selanjutnya diperingati sebagai hari lahir Kota Pekanbaru. Mulai saat itu sebutan Senapelan sudah ditinggalkan dan mulai populer sebutan "PEKAN BAHARU", yang dalam bahasa sehari-hari disebut PEKANBARU. Perkembangan selanjutnya tentang pemerintahan di Kota Pekanbaru selalu mengalami perubahan, antara lain sebagai berikut:

SK Kerajaan Besluit van Her Inlanche Zelf Bestuur van Siak No.1 tanggal 19 Oktober 1919, Pekanbaru bagian dari Kerajaan Siak yang disebut District. Tahun 1931 Pekanbaru masuk wilayah Kampar Kiri dikepalai oleh seorang Controleur berkedudukan di Pekanbaru. Tanggal 8 Maret 1942 Pekanbaru dikepalai oleh seorang Gubernur Militer disebut Gokung, Distrik



- 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.

menjadi Gun dikepalai oleh Gunco. Ketetapan Gubernur Sumatera di Medan tanggal 17 Mei 1946 No.103 Pekanbaru dijadikan daerah otonom yang disebut Haminte atau Kota.

UU No.22 tahun 1948 Kabupaten Pekanbaru diganti dengan Kabupaten Kampar, Kota Pekanbaru diberi status Kota Kecil. UU No.8 tahun 1956 menyempurnakan status Kota Pekanbaru sebagai kota kecil. UU No.1 tahun 1957 status Pekanbaru menjadi Kota Praja. Kepmendagri No. Desember 52/I/44-25 tanggal 20 Januari 1959 Pekanbaru menjadi ibukota Propinsi Riau. UU No.18 tahun 1965 resmi pemakaian sebutan Kotamadya. UU No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah sebutan Kotamadya berubah menjadi Kota.

#### 4.3.1. Visi Misi Kota Pekanbaru

##### Visi Kota:

Pernyataan visi yang dirumuskan oleh aparat penyelenggara pemerintah Kota Pekanbaru menuju tahun 2020 adalah "Terwujudnya Kota Pekanbaru Sebagai Pusat Perdagangan Dan Jasa, Pendidikan serta Pusat Kebudayaan Melayu, Menuju Masyarakat Sejahtera yang Berlandaskan Iman dan Taqwa". Visi tersebut diatas mengandung makna sebagai berikut:

Pusat Perdagangan dan Jasa, menggambarkan keadaan masyarakat Kota Pekanbaru yang diinginkan dalam decade 20 tahun kedepan Pemerintah Kota Pekanbaru dengan dukungan masyarakatnya yang dinamis akan selalu berusaha semaksimal mungkin untuk dapat mewujudkan Kota Pekanbaru menjadi pusat perdagangan dan jasa di kawasan Sumatera. Pusat Pendidikan, pemerintah Kota Pekanbaru kedepan akan selalu berusaha untuk memberdayakan masyarakatnya agar dapat berperan serta secara aktif meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam rangka menciptakan pembangunan manusia seutuhnya.

Pemberdayaan sumber daya manusia lebih diarahkan kepada terwujudnya sarana dan prasarana pendidikan formal dan nonformal dibidang keahlian dan kejuruan yang terpadu diikuti dengan upaya penyiapan sarana dan prasarana pra pendidikan sampai perguruan tinggi. Dengan langkah tersebut



#### 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 milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sangat diharapkan dalam decade 20 tahun kedepan di Kota Pekanbaru akan dapat tersedia sarana pendidikan yang lengkap dan unggul. Pusat Kebudayaan Melayu merupakan refleksi dari peradaban tatanan nilai-nilai budaya luhur masyarakat Kota Pekanbaru yang mantap dalam mempertahankan, melestarikan, menghayati, mengamalkan serta menumbuhkembangkan budaya Melayu. Kehendak menjadikan Kota Pekanbaru sebagai pusat kebudayaan Melayu antara lain akan diarahkan kepada tampilnya identitas fisik bangunan yang mencerminkan kepribadian daerah, adanya kawasan beridentitas adat Melayu serta makin mantapnya kehidupan adapt yang digali dari nilai-nilai luhur Melayu.

Masyarakat Sejahtera merupakan salah satu tujuan kehidupan masyarakat Kota Pekanbaru pada decade 20 tahun kedepan. Dalam kondisi ini dicita-citakan masyarakat akan dapat hidup dilingkungan yang relatif aman, bebas dari rasa takut dan serba kecukupan lahir batin secara seimbangan dan selaras baik material maupun spiritual yang didukung dengan terpenuhinya kualitas gizi, kesehatan, kebersihan dan lingkungan.

Berlandaskan iman dan taqwa merupakan landasan spiritual moral, norma dan etika dimana masyarakat pada kondisi tertentu mempunyai pikiran, akal sehat dan daya tangkal terhadap segala sesuatu yang merugikan dengan memperkuat sikap dan prilaku individu melalui pembinaan agama bersama-sama yang tercermin dalam kehidupan yang harmonis, seimbang dan selaras.

#### Misi Kota :

1. Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang Bertaqwa, Mandiri, Tangguh dan Berdaya Saing Tinggi
2. Mewujudkan Pembangunan Masyarakat Madani dalam Lingkup Masyarakat Berbudaya Melayu
3. Mewujudkan Tata Kelola Kota Cerdas dan Penyediaan Infrastruktur yang Baik
4. Mewujudkan Pembangunan Ekonomi Berbasis Ekonomi Kerakyatan dan Ekonomi Padat Modal, pada Tiga Sektor



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

Unggulan, yaitu Jasa, Perdagangan dan Industri (Olahan dan MICE)

5. Mewujudkan Lingkungan Perkotaan yang Layak Huni (Liveable City) dan Ramah Lingkungan (Green City).

### 4.3.2. Wilayah Geografis

#### 1. Letak dan Luas

Kota Pekanbaru terletak antara  $101^{\circ}14'$  -  $101^{\circ}34'$  Bujur Timur dan  $0^{\circ}25'$  -  $0^{\circ}45'$  Lintang Utara. Dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar 5 - 50 meter. Permukaan wilayah bagian utara landai dan bergelombang dengan ketinggian berkisar antara 5 - 11 meter. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 Tanggal 7 September 1987 Daerah Kota Pekanbaru diperluas dari  $\pm 62,96 \text{ Km}^2$  menjadi  $\pm 446,50 \text{ Km}^2$ , terdiri dari 8 Kecamatan dan 45 Kelurahan/Desa. Dari hasil pengukuran/pematokan di lapangan oleh BPN Tk. I Riau maka ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru adalah  $632,26 \text{ Km}^2$ .

Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatkan pula tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan Lainnya. Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentuklan Kecamatan Baru dengan Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2003 menjadi 12 Kecamatan dan Kelurahan/Desa baru dengan Perda tahun 2003 menjadi 58 Kelurahan/Desa.

#### 2. Batas

Kota Pekanbaru berbatasan dengan daerah Kabupaten/Kota :

- Sebelah Utara : Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar
- Sebelah Selatan : Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan
- Sebelah Timur : Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan
- Sebelah Barat : Kabupaten Kampar

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3. Sungai

Kota Pekanbaru dibelah oleh Sungai Siak yang mengalir dari barat ke timur. Memiliki beberapa anak sungai antara lain : Sungai Umban Sari, Air Hitam, Siban, Setukul, Pengambang, Ukui, Sago, Senapelan, Limau, Tampan dan Sungai Sail. Sungai Siak juga merupakan jalur perhubungan lalu lintas perekonomian rakyat pedalaman ke kota serta dari daerah lainnya.

### 4. Iklim

Kota Pekanbaru pada umumnya beriklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara  $34,1^{\circ}\text{C}$  -  $35,6^{\circ}\text{C}$  dan suhu minimum antara  $20,2^{\circ}\text{C}$  -  $23,0^{\circ}\text{C}$ , curah hujan antara 38,6 - 435,0 mm/tahun dengan keadaan musim berkisar :

- Musim hujan jatuh pada bulan Januari s/d April dan September s/d Desember.
- Musim Kemarau jatuh pada bulan Mei s/d Agustus
- Kelembapan maksimum antara 96% - 100%. Kelembapan minimum antara 46% - 62%.

### 5. Jarak Ibukota

Kota Pekanbaru merupakan Ibukota Propinsi Riau yang mempunyai jarak lurus dengan kota-kota lain sebagai Ibukota Propinsi lainnya sebagai berikut :

Pekanbaru	Taluk Kuantan	= 118 Km
	Rengat	= 159 Km
	Tembilahan	= 21.3,5 Km
	Kerinci	= 33,5 Km
	Siak	= 74,5 Km
	Bangkinang	= 51 Km

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.

	Pasir Pengaraian	= 132,5 Km
	Bengkalis	= 128 Km
	Bagan	= 192,5 Km
	Dumai	= 125 Km

**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:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- 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 milik UIN Suska Riau  
Sultan Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## BAB VI PENUTUP

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan paparan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa dalam memanfaatkan media sosial *reels instagram* sudah menerapkannya dengan baik dan sesuai dengan empat karakteristik dari teori kekayaan media, yaitu keragaman isyarat, variasi bahasa, keseragaman isyarat. Kesegeraan informasi disampaikan melalui tiga fitur diantaranya *Instagram Reel, Instagram Stories, Feeds Instagram*, dengan informasi-informasi dan konten video hasil kerjasama, berupa brading iklan, produk terbaru atau konser yang perlu diketahui *follower*. Kemudian dapat disimpulkan bahwa *instagram* sebagai media sosial Jasa Videografi sudah mampu memberikan informasi terupdate berupa konten-konten yang bagus dengan kualitas yang baik. Pada pemanfaatan keragaman isyarat, *instagram* sudah menyampaikan informasi dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan jenis serta bentuk dan pendekatan improvisasi dengan menyajikan konten seperti foto, video dan ilustrasi. Kemudian pemanfaatan variasi bahasa, akun mampu menyampaikan konten dengan pencahayaan dengan kulaitas video, melakukan kategorisasi informasi dengan menggunakan hastag. Pemanfaatan sumber personalnya, *follower* merasa jelas dan mendapatkan informasi konten-konten baik saat produksi dan selesai produksi.

### 6.2. Saran

Setelah melakukan penelitian tersebut, peneliti mencatat beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan :

1. Bagi Pengelola Akun Instagram Diharapkan kepada pengelola atau admin akun Instagram agar kedepannya semakin rajin memposting konten dan semakin aktif berbaaur dengan para followers supaya terjalin komunikasi yang baik.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya Diharapkan kepada peneliti selanjutnya yang tertarik dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti agar dapat

melanjutkan penelitian ini dan memperdalam kajian dalam penelitian ini yang berkaitan dengan media sosial serta dapat menggabungkan dengan sudut pandang yang berbeda tentunya agar hasil yang di dapat akan menjadi lebih maksimal dan dapat membantu penelitian yang akan datang lagi.

© 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.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Adella Rizki. "Students' Perceptions on the Use of Instagram Reels To Stimulate Students' Motivation in Speaking English." *JELLT (Journal of English Language and Literature Teaching)* 7, no. Vol. 7 No. 2 (2022): November (2022):193–200. <https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/jellt/article/view/5303/2590>.
- Aprian, Wenny, Diana Oktavia, and Winda Trisnawati. "Students' Perception Using Instagram Reels Toward Speaking Ability Improvement: English Departement Students' Voice." *Journal of Language Education Development* 6, no. 1 (2023): 1–7.
- Burgoon, J. K., Bonito, J. A., Ramirez, A. Jr, Dunbar, N. E., Kam, K. & Fischer, J. 2002. *Testing the interactivity principle: effects of mediation, propinquity, and verbal and nonverbal modalities in interpersonal interaction. Journal of Communication*, Vol. 52 No. 3, pp. 657-677.
- Budi, Budi Budi, Ernita Arif, and Elva Ronaning Roem. "Pemanfaatan Media Sosial." *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)* 3, no. 1 (2019): 34.
- Cendana, Maya. "Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Keberlangsungan Bisnis Umkm." *Journal Community Development and Society* 1, no. 1 (2019): 1–10.
- Daft, R. L., Lengel, R. H. 1983. *Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design. Office of Naval Research Technical Report Series*
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (2021): 65–71.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

- Fantini, Endah, Mohammad Sofyan, and Ade Suryana. "Media Sosial Dianggap Mampu Melakukan Fungsi Dari Dauran Promosi Secara Terpadu Hingga Ke Tahap Transaksi." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial* 1, no. 2 (2021): 126–131.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.4575272#.YEAONaLn1YM.mendeley>.
- Herdiansyah, Haris. "Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Social," 2019. Hidayati, Nurtriana, Prind Triajeng Pungkasanti, and Nur Wakhidah. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang." *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 3 (2020): 119.
- Jain, Chinmay, Mohammed Kachwala, Saaib Sopariwla, Tamanna Melwani, Zeba Sanji, and Varsha Agarwal. "Instagram Reels Importance in New Product Promotion." *International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)* 9, no. 4 (2022): 185–191.
- J.Lexy Moelong, *Prosedur Penelitian*, (Bandung: PT Rineka Cipta, 2004)
- Kriantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana 2006)
- Kartika, Era Dewi, and Dyah Ayu Sulistyaning Cipta. "Pemanfaatan Reels Instagram Sebagai Sarana Joyful Learning Pada Matakuliah Desain Dan Strategi Pembelajaran Matematika." *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya* 28, no. 1 (2022): 100–105.
- Khoerunnisa, R., Selian, M., Nurvikarahmi, T. "Peranan Penggunaan Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Remaja." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021): 8723–8731
- Kusumadinata, Ali Alamsyah, Ike Atikah Ratnamulyani, and Muhamad Rendi Nurmansyah. "Hubungan Motion Graphic Sebagai Konten Promosi Sekolah Di Media Sosial." *Communications* 1, no. 2 (2019): 77–90.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

- Kusumasondjaja, S., 2020. *Exploring the Role of Visual Aesthetics and Presentation Modality in Luxury Fashion Brand Communication on Instagram*. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, Vol. 24 No. 1, pp 15-31.
- Mochammad Surjo Koentjoro. (2020). Teori Kekayaan Media dan Teori Komunikasi Dua Tahap Pada Akun Resmi Instagram Perusahaan Properti Analisa Konten Akun Resmi Instagram BSD City. 23–29.
- Nan, X., Futerfas, M., & Ma, Z., 2017. *Role of narrative perspective and modality in the persuasiveness of public service advertisements promoting HPV vaccination*. *Health Communication*, Vol. 32 No. 3, pp. 320-328.
- Nguyen, M.H., van Weert, J.C.M., Bol, N., Loos, E.F., Tytgat, K.M.A.J., van de Ven, A.W.H. & Smets, E.M.A., 2017, *Tailoring the mode of information presentation: effects on younger and older adults' attention and recall of online information*, *Human Communication Research*, Vol. 43 No. 1, pp. 102-126
- Nugraha, Aat, Evi Novianti, Lukiati Erdinaya, and Kokom Komariah. "Public Communication Strategy of Pangandaran Regency Government Public Relations in Digital Era" (2020).
- Oktaviani, Wanda Fazriah, and Anna Fatchiya. "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten." *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 17, no. 1 (2019): 13–27.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)." *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode penelitian pr dan komunikasi*. Jakarta PT. Raja Grafindo Persada.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 213



#### 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.

- Rubiyanto, Rubiyanto, and Dwi Tri Yuliani. "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Pembentukan Citra CNN Indonesia Bagi Followers." *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)* 6, no. 2 (2020): 365–390.
- Salsabila, Annissa Latifa, and Muchamad Rizqi. "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Bibir Wardah Cosmetics Melalui Konten Instagram Reels Campus Ambassador Di Kalangan Mahasiswa." *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development* 1, no. 11 (2022): 970–982.
- Sholeh, Muhammad, Rr. Yuliana Rachmawati, and Erma Susanti. "Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm." *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 4, no. 1 (2020): 430.
- Sunardiyah, Maria Adventina, Sutrisna Wibawa, and Ana Fitrotun Nisa. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Guru Sekolah Dasar 2022*, n.d.
- Suryadi, Didih. *Promosi Efektif: Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Tugu Publisher. 2006. Hlm. 117.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2009)
- Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing. 2007. Hlm. 253



## LAMPIRAN

### DRAFT WAWANCARA

#### PENGUNAAN FITUR REELS INSTAGRAM PADA AKUN @dnvisualcreative SEBAGAI MEDIA DI KOTA PEKANBARU

##### Menggunakan Media Richness Theory (Teori Kesempurnaan Media) feedback capability:

1. Seperti apakah saudara mengirimkan sebuah informasi yang dibutuhkan seputaran production house @dnvisualcreative di fitur reels instagram?
2. Bagaimanakah bentuk respon yang saudara berikan pada fitur reels instagram @ dnvisualcreative?
3. Menurut saudara bagaimana sejauh ini tingkat responsif followers dalam penggunaan fitur reels instagram pada akun @dnvisualcreative?
4. Apakah saudara pernah mengalami permasalahan dalam pemberian feedback di akun @dnvisualcreative?

##### Isyarat Komunikasi :

1. Saat menggunakan fitur reels instagram @dnvisualcreative jenis komunikasi nonverbal apakah yang saudara gunakan? jelaskan!
2. Menurut saudara, apakah yang menjadi ciri khas fitur reels instagram @dnvisualcreative secara visual sehingga di kenal oleh seluruh followers? mengapa!
3. Dalam melakukan postingan reels instagram akun @dnvisualcreative, adakah syarat khusus yang menjadi aturan dalam setiap postingan reels tersebut? jelaskan!
4. Apakah tantangan yang saudara hadapi secara verbal dan nonverbal setiap postingan reels instagram akun @dnvisualcreative?

##### Variasi Bahasa :

1. Menurut saudara, bagaimanakah bentuk bahasa komunikasi setiap caption yang di munculkan pada postingan reels instagram akun @dnvisualcreative?
2. Adakah kesulitan yang saudara hadapi selama melakukan variasi bahasa pada postingan reels instagram akun @dnvisualcreative?
3. Apakah yang menjadi keunikan dalam realisasi bahasa yan di gunakan postingan reels instagram akun @dnvisualcreative?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

4. Bagaimanakah bentuk sasaran postingan reels instagram akun @dnvisualcreative secara visual?

**Fokus Personal Pada Sumber :**

1. Karakter personal seperti apa yang di tugaskan untuk mengelola postingan reels instagram akun @dnvisualcreative?
2. Apakah interpretasi (makna) setiap postingan reels instagram akun @dnvisualcreative?
3. Bagaimanakah strategi postingan reels instagram akun @dnvisualcreative mampu menjadikan pusat media promosi production house?
4. Apakah orientasi postingan reels instagram akun @dnvisualcreative agar dikenal oleh khalayak luas?

## Dokumentasi Wawancara

### 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 Bersama Deni Hendrawan (Owner @dnvisualcreative)



Wawancara Bersama Atika Azzura (BA Yamaha Riau Kepri)



Wawancara Bersama Habil Hamdi Ramadhan (Crew @dnvisualcreative)