

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@HELLOWEDPHOTO SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**



SKRIPSI

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

Oleh:

BOBBY KURNIAWAN
NIM: 12040310273

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025**

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 : Bobby Kurniawan
 NIM : 12040310273
 Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @hellowedphoto sebagai Media Promosi

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

Hari : Rabu
 Tanggal : 15 Januari 2025

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, 20 Januari 2025
 Kuasa Dekan,

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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si
 NIP. 19721201 200003 1 003

Penguji III,

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

Sekretaris/ Penguji II,

Julis Surtani, S.I.Kom., M.I.Kom
 NIK. 130 417 019

Penguji IV,

Suardi, S.Sos., M.I.Kom
 NIP. 19780912 201411 1 003


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. UIN Suska Riau. 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. Pengutipan tidak mengumumkannya 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




**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@HELLOWEDPHOTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Disusun oleh :

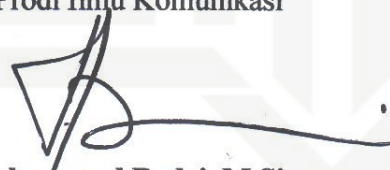

Bobby Kurniawan
NIM. 12040310273

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 8 Januari 2025

Mengetahui,
Pembimbing,

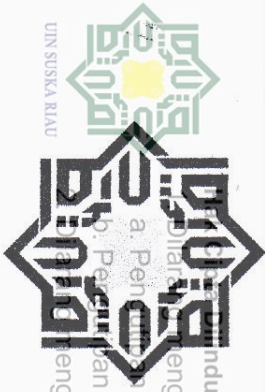

Edison, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19780416 202321 1 009

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


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

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.



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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bobby Kurniawan
Nim : 12040310273
Tempat/Tanggal Lahir : Kampar, 17 Januari 2002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @hellowedphoto sebagai Media Promosi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 8 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Bobby Kurniawan

NIM. 12040310273

Hak cipta milik UIN Suska Riau
Undang-Undang
sebagian atau seluruhnya
untuk kepentingan pendidikan,
penelitian, penulisan karya ilmiah,
penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
UIN Suska Riau

Hak cipta milik UIN Suska Riau



Pekanbaru, 8 Januari 2025

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

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

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Bobby Kurniawan
NIM : 12040310273
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @hellowedphoto sebagai Media Promosi

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah 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.

Mengetahui,
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.

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HELLOWEDPHOTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Bobby Kurniawan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi oleh akun @Hellowedphoto. Adapun hal yang menjadi latar belakang dari penelitian ini adalah berdasarkan pada peningkatan penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform promosi New Media yang efektif bagi berbagai bisnis, termasuk jasa fotografi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari pemilik dan pengikut akun @Hellowedphoto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @Hellowedphoto memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti feed, stories, reels, dan Instagram Ads untuk meningkatkan interaksi dan menarik minat konsumen. Penggunaan tagar (#) dan mention (@) yang dilakukan pihak @hellowedphoto juga efektif dalam memperluas jangkauan promosi. Interaksi yang baik antara akun dan pengikut, serta strategi konten yang konsisten dan estetis, memiliki peranan yang penting dalam upaya membangun brand image yang terkesan profesional dan juga interaktif, serta meningkatkan minat konsumen terhadap layanan fotografi yang ditawarkan oleh @Hellowedphoto. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi promosi menggunakan media sosial, khususnya bagi bisnis jasa fotografi.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Promosi, Jasa Fotografi, @Hellowedphoto.

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

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HELLOWEDPHOTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Bobby Kurniawan

ABSTRACT

This research aims to analyze the utilization of Instagram social media as a promotional medium by the account @Hellowedphoto. The background of this research is based on the increasing use of social media, particularly Instagram, as an effective New Media promotion platform for various businesses, including photography services. This research employs a descriptive method with a qualitative approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation from the owner and followers of the @Hellowedphoto account. The research findings show that @Hellowedphoto utilizes various Instagram features such as feed, stories, reels, and Instagram Ads to enhance interaction and attract consumer interest. The use of hashtags (#) and mentions (@) by @hellowedphoto is also effective in expanding the promotional reach. Good interaction between the account and followers, as well as consistent and aesthetic content strategies, play an important role in building a professional and interactive brand image, and increasing consumer interest in the photography services offered by @Hellowedphoto. This research is expected to contribute to the development of promotional strategies using social media, especially for photography service businesses.

Keywords: Social Media, Instagram, Promotion, Photography Services, @Hellowedphoto.

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.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang. Penulis ingin mengucapkan rasa syukur atas segala berkah, petunjuk, dan perlindungan-Nya yang memungkinkan penyelesaian tugas akhir ini. Sholawat serta salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang membimbing umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terangnya ilmu pengetahuan, seperti yang kita nikmati saat ini.

Skripsi dengan judul **“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HELLOWEDPHOTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI”** ini di ajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang.

Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari dukungan, semangat, serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut ini :

1. Dengan penuh cinta dan rasa syukur, aku persembahkan skripsi ini kepada Bapakku yang bernama Suyatno. Beliau sosok luar biasa yang tak pernah lelah menjadi pilar hidupku. Terima kasih atas setiap doa, pengorbanan, dan kasih sayang yang Bapak berikan tanpa batas. Terima kasih sudah percaya pada setiap langkahku, meskipun terkadang aku sendiri ragu. Bapak adalah inspirasiku, kekuatanku, dan alasan di balik setiap usaha dan kerja kerasku. Semoga karya ini bisa menjadi secuil balasan atas semua yang Bapak berikan, meskipun aku tahu tak akan pernah cukup. Aku mencintaimu, Bapak.”
2. Kepada Mamakku Parwiningsih, mamak tercinta, sosok penuh cinta yang menjadi cahaya di setiap langkah hidupku. Terima kasih atas kasih sayang yang tak terbatas, pengorbanan yang tak kenal lelah, dan doa yang selalu mengiringiku di setiap waktu. Terima kasih telah menjadi tempatku pulang, tempatku berbagi suka dan duka, dan sumber kekuatanku untuk terus maju. Skripsi ini adalah persembahan kecil dariku, buah dari setiap tetes doa dan dukungan yang Mamak berikan. Semoga aku bisa selalu membuat Mamak bangga. Dengan segala cinta dan rasa hormat, terima kasih Mak, aku mencintaimu.”
3. Kepada Kakakku “Eka Suryani” Skripsi ini kupersembahkan juga untukmu, yang selalu ada dalam setiap langkahku dan tak pernah berhenti

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

- percaya padaku. Semoga suatu hari kita semua bisa meraih impian kita masing-masing, dengan saling mendukung seperti selalu. Terima kasih.
4. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau.
 5. Bapak Dr. Imron Rosidi selaku Dekan Fakultas Dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau yang telah memberikan dukungan dan bantuannya kepada penulis.
 6. Bapak Prof. Dr Masduki M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau;.
 7. Bapak Dr. Muhammad Badri,SP.,M.Si selaku Plt Bidang Administrasi Umum Perencanaan Keuangan Fakultas Ilmu Komunikasi Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Provinsi Riau dan sekaligus Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 8. Bapak Dr.H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Dan Kerjasama Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 9. Bapak Artis, S.Ag.,M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 10. Bapak Edison, S.Sos, M IKom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu begitu banyak serta memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini akhirnya dapat di selesaikan
 11. Bapak Dr. Drs. Nurdin, MA selaku Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal perkuliahan hingga selesai.
 12. Kepada dosen serta pegawai Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal berkah yang baik bagi penulis kedepannya.
 13. Kepada seluruh anggota keluarga besar yang telah mensupport, memberikan motivasi dan mendoakan saya sehingga saat ini.
 14. Kepada orang istimewa Fatmawati saya berterimakasih karena sudah menjadi penyemangat dan mensupport penulis hingga saat ini. Terima kasih atas kepercayaan dan dukunganmu, juga terima kasih karena telah begitu baik dan simpatik.
 15. Kepada anggota cucu nenek (Alghifari putra herdana, Dwi ferdiansyahputra, Dhoifullah, Muhammad Iqbal, Nathan tifani, Nofrian, rizki Ramadhan dan Alfina junesa) teman seperjuangan sejak semester 1,

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.

yang telah menjadi bagian penting dari perjalanan panjang ini terima kasih atas setiap kebersamaan, dukungan, dan semangat yang tak pernah habis.

16. Kepada seluruh narasumber yang sudah bersedia membantu peneliti dalam memberikan dan melengkapi data yang peneliti butuhkan.
17. Kepada teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi dan Broadcasting angkatan 2020. Terimakasih atas waktu, pengalaman, kebersamaan, dan kerjasama selama perkuliahan.
18. Terakhir saya ucapkan kepada diri sendiri, Bobby kurniawan, terima kasih karena kamu sudah selalu kuat dan selalu bersemangat dalam menjalani hari-hari kamu. Thankyou bob udah selau berusaha tanpa mengeluh kamu hebat. Next time lakukan hal-hal yang lebih hebat lagi sukses terus bob! Sekali lagi Terimakasih Bobby kamu terbaik.

Pekanbaru, Desember 2024
Penulis

BOBBY KURNIAWAN
NIM. 12040310273

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Penegasan Istilah..... | 5 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Kajian Terdahulu..... | 9 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 18 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 28 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 28 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian | 28 |
| 3.3 Sumber Data Penelitian..... | 29 |
| 3.4 Informan Penelitian..... | 29 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 29 |
| 3.6 Validitas Data..... | 31 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 31 |
| BAB IV LOKASI PENELITIAN | 33 |
| BAB V PEMBAHASAN | 34 |
| 5.1. Pembahasan | 34 |
| 5.2. Pembahasan | 45 |

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 VI KESIMPULAN DAN SARAN | 56 |
| 6.1 Kesimpulan | 56 |
| 6.2 Saran | 57 |

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Kerangka Pikir Peneliti : 2024 | 27 |
| Tabel 3.1 Informan Hellowedphoto | 29 |



- 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 GAMBAR

| | |
|---|---|
| Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024 | 2 |
| Gambar 1.2 Profil Akun Instagram @Hellowedphoto | 3 |



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

yang menyediakan berbagai informasi dan kebutuhan sesuai penggunaannya inginkan baik dalam mempromosikan suatu brand, jasa, produk dan lain sebagainya. Maka Instagram banyak yang menggunakan dan berikut ini statistic pengguna Instagram di Indonesia.

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024



Sumber : Niko Jullus, 2024

Instagram dikenal sebagai aplikasi media sosial untuk ponsel yang memiliki fungsi yang hampir sama dengan Twitter, tetapi perbedaannya terletak pada cara pengguna mengambil foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan meningkatkan kreatifitas karena memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih bagus, artistik, dan indah. Menurut Atmoko aplikasi Instagram terdapat lima menu utama. Yang pertama adalah halaman utama, yang menampilkan foto-foto terbaru dan aktivitas pengguna yang telah diikuti. Search, untuk memudahkan pencarian pada akun pengguna lainnya atau foto-foto yang populer. Menu kamera memungkinkan pengguna memotret dan mengunggah foto atau video ke Instagram dengan berbagai efek yang tersedia di aplikasi. Di halaman profil, seseorang dapat melihat semua data pengguna, baik diri sendiri maupun orang lain yang menggunakan Instagram. Fitur News Feed menampilkan notifikasi tentang berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. (Atmoko, 2012).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Staf Kajian dan Esay: Guslathn Yarif 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.

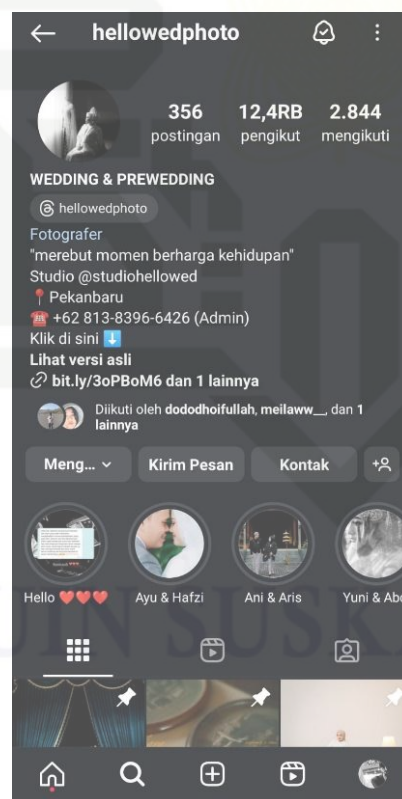
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Perkembangan media sosial saat ini sangat dipengaruhi oleh generasi milenial, di mana penggunaannya sudah menjadi hal yang biasa. Strategi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram sangat akrab bagi generasi milenial, terutama mereka yang lahir setelah tahun 1990. Banyak dari mereka menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Ini menjadi bagian dari budaya masyarakat modern yang lebih mudah mengakses segala hal melalui ponsel pintar mereka. Dengan bermodalkan ponsel pintar dan paket data internet, masyarakat dapat mengakses serta memasarkan produk mereka di media sosial. (Budi Mahardhika dan Sunariani, 2019).

Salah satu pemanfaatan Instagram dilakukan pada akun @hellowedphoto yaitu mempromosikan sebuah karya yang ditawarkan, baik itu foto studio, wedding, akad, wisuda dan lain sebagainya dengan hasil yang bagus, unik dan menarik. @hellowedphoto merupakan akun Instagram dengan jumlah follower 12,4 ribu pengikut dengan jumlah upload sebanyak 356 postingan. Studio @hellowedphoto terletak di Jl. Nenas No. 16A, jadirejo, Kec. Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau 28121.

Gambar 1.2 Profil Akun Instagram @Hellowedphoto



Sumber : Akun Instagram @Hellowedphoto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Akun Instagram @hellowedphoto memberikan hasil yang bagus sehingga dapat menarik minat konsumen. Faktor psikologis seperti motivasi, pengetahuan, dan sikap serta faktor sosial seperti keluarga dan lingkungan memengaruhi minat, yang merupakan komponen penting dalam menentukan perilaku dan sikap seseorang (Frans Sudiro, 2018). Kualitas layanan, lokasi, biaya, dan faktor lain dapat memengaruhi preferensi pelanggan terhadap layanan foto prewedding, foto akad, foto wisuda dan lain lainnya. Suatu keadaan mental yang menghasilkan respons terarah kepada suatu keadaan atau objek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepada seseorang. Pemanfaatan media sosial untuk kegiatan promosi mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan jumlah pengguna internet setiap tahunnya. Promosi adalah aktivitas penting yang bertujuan untuk memperkenalkan, memberikan informasi, dan mengingatkan pelanggan tentang manfaat barang atau jasa tertentu dengan tujuan mendorong mereka untuk membeli dan menggunakannya. Setiap bisnis harus berhati-hati dalam memilih strategi yang tepat untuk melakukan promosi agar mereka dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan (Annisa et al., 2024).

Menurut (Irawan dan Swastha 2008), tujuan utama promosi adalah memberikan informasi, menarik perhatian, dan mempengaruhi calon konsumen untuk meningkatkan daya tarik suatu produk atau jasa. Terdapat beberapa tujuan dalam promosi:

Pertama memberi Informasi (Informing): Memberikan calon pembeli informasi komprehensif mengenai produk dan layanan yang ditawarkan, termasuk informasi tentang penjual, pembuat, tempat pembelian, harga, dan aspek lainnya. Informasi ini dapat disampaikan melalui berbagai cara seperti teks, gambar, kata-kata, dan berbagai media lainnya, yang disesuaikan dengan konteks yang relevan.

Kedua membujuk (Persuading): Mengajak calon konsumen untuk mempertimbangkan membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Pendekatan ini bukan berarti memaksa, melainkan memberikan arahan kepada calon konsumen agar mereka dapat mengambil keputusan yang positif.

Ketiga mengingatkan (Reminding): Mengingatkan konsumen tentang ketersediaan suatu produk atau layanan yang dijual oleh perusahaan tertentu, beserta informasi mengenai lokasi dan harga. Mengingatkan konsumen diperlukan karena mereka mungkin memerlukan bantuan untuk menemukan barang yang mereka butuhkan tanpa harus repot mencarinya.

Menggunakan media promosi di Instagram sangat memudahkan mendapatkan hasil yang maksimal sesuai keinginan kita. Hellowedphoto adalah studio yang didalamnya terdapat fotografi dan videografi yang sangat memenuhi kebutuhan kita dalam mengabadikan momen-momen penting. Mereka dituntut

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 memberikan pelayanan yang maksimal agar konsumen tertarik menggunakan jasa mereka.

Dalam mengatasi ini, Akun @hellowedphoto mengambil pendekatan yang inovatif dengan memanfaatkan platform media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat utama untuk mempengaruhi interaksi dan minat pelanggan dalam menggunakan jasa yang mereka tawarkan. Peneliti melihat bahwa akun @hellowedphoto mempublikasikan karya-karya fotografinya di media sosial untuk mempromosikan kepada konsumen dalam menjual jasa fotonya dan berhasil memperoleh banyak follower sebanyak 12,4 ribu dengan jumlah tersebut berarti pemanfaatan dari Instagram sebagai sarana promosi yang diberikan, maka latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Hellowedphoto Sebagai Media Promosi”**

1.2 Penegasan Istilah

Penulis harus mendefinisikan beberapa istilah sebagai panduan untuk penelitian dan untuk mencegah kesalahpahaman tentang karya ilmiah yang diteliti agar pembaca dapat mempelajari lebih lanjut tentang komponen-komponen dalam penelitian ini. Berikut penulis jabarkan penegasan istilah:

1.2.1 Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan sebuah proses untuk mendapatkan sesuatu secara optimal untuk mencapai tujuan tertentu. Pemanfaatan berasal dari kata "manfaat" yang mendapatkan imbuhan pe- dan -an, yang berarti proses, cara, atau tindakan menggunakan sesuatu. Pemanfaatan adalah aktivitas menggunakan proses dan sumber daya untuk belajar. Menurut Davis, kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan (perceived usefulness) menjadi faktor penentu yang kuat dalam penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku pengguna (Hanafi et al., 2012)

1.2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan media online yang mendorong interaksi sosial. Media sosial memanfaatkan teknologi berbasis web untuk memfasilitasi dialog interaktif melalui komunikasi. Saat ini, beberapa platform media sosial yang paling terkenal adalah Wikipedia, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan blog. (Junawan & Laugu, 2020) Media sosial merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya yang bersifat satu ke banyak audiens menjadi audiens ke banyak audiens.

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.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau
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.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun penulis menulis penelitian ini dengan kegunaan sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini bertujuan sebagai bahan informasi ilmiah terkait dengan prosedur pemanfaatan media sosial instagram @hellowedphoto sebagai media promosi
- b. Memperkaya kajian ilmu tentang pemanfaatan media sosial instagram, terkhusus yang berhubungan dengan lapangan.
- c. Sebagai bahan bacaan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kelancaran promosi @hellowedphoto.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian, referensi dan pembelajaran bagi yang meneliti hal serupa pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- c. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi guna memperoleh gelar Sarjana ilmu komunikasi (S.I.Kom).

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan susunan penelitian ini, maka penulis menetapkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan peneliti, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang uraian kajian terdahulu, kajian teori dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian.

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan tentang bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Hellowedphoto dalam menarik minat konsumen menggunakan jasa foto.

: PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

BAB V

BAB VI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Penelitian ini tidak terlepas dari hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan dan digunakan sebagai pedoman oleh penulis dalam melakukan penelitian serta menjadi bahan perbandingan kajian. Penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dengan mengkaji penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dari beberapa penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama. Namun, terdapat penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dari jurnal yang terkait dengan masalah pemanfaatan media sosial instagram @hellowedphoto sebagai media promosi sebagai berikut :

| NO | NAMA PENELITI | JUDUL PENELITIAN | HASIL PENELITIAN | PERSAMAAN DAN PERBEDAAN |
|----|-------------------|---|---|--|
| 1 | (Kurnianto, 2020) | pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi pemasarn minuman dibanjarbaru (studi pada akun Instagram @tempatbiasa.kopi). | Metode penelitian menggunakan pendekatan deskritif dengan jenis penelitian kualitatif Data dikumpulkan dengan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi kepada Empat Orang informan. Hasil penelitian menunjukan bahwa pemanfaatan media sosial Instgram sebagai media promosi pemasaran minuman di Kota Banjarbaru telah menghasilkan dampak yang baik bagi kegiatan promosi tempatbiasa.kopi. Adapun hambatan | Persamaan - Memannfaatkan media sosial instgram. Perbedaan - Memanfaatkan media Instagram sebagai media promosi minuman - Lokasi penelitian berada di kota banjar baru - Memiliki 542 pengikut di Instagram |

© Hak cipta milik 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 | | | <p>dalam pemanfaatan Instagram adalah kurangnya ide dan persiapan dalam melakukan kegiatan promosi di Instagram. Solusi dari hambatan adalah tempatbiasa.kopi akan membentuk tim untuk mengelola akun Instagram mereka agar lebih giat lagi mempromosikan produk mereka. Untuk itu tempatbiasa kopi memili Instagram sebagai media promosi mereka.</p> | |
| 2 | (Zuliana & Rafdeadi, 2023) | <p>Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Tembilahan. Kuliner Sebagai Media Paid Promote Umkm Di Kota Tembilahan.</p> | <p>Perkembangan teknologi yang pesat memperbanyak cara promosi, termasuk paid promote. Akun Instagram @tembilahan.kuliner menggunakan paid promote untuk membantu UMKM kuliner di Tembilahan. Penelitian ini bertujuan mengungkap strategi komunikasi pemasaran akun tersebut. Dengan pendekatan kualitatif dan metode triangulasi, hasil penelitian</p> | <p>Persamaan - Sama sama menggunakan media isntagram - Metode kualitatif Perbedaan - Peneliti terdahulu mengkaji strategi sedangkan peneliti ini mengkaji pemanfaatan - Lokasi peneliti terdahulu di tembilahan sedangkan peneliti ini di</p> |

© 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.

| | | | |
|------------------------|--|---|--|
| | | menunjukkan penggunaan strategi Promotion Mix (iklan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung) meningkatkan minat konsumen dan membantu UMKM. | pekanbaru |
| (Sondakh et al., 2019) | Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. | Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik purposive sampling. Fokusnya adalah menganalisis akun Instagram Geprek Express menggunakan 7C Framework dari Jeffrey F. Rayport dan Bernard J. Jaworski: context, content, community, customization, communication, connection, dan commerce. Hasil penelitian menunjukkan Instagram memenuhi enam elemen 7C: context, content, community, communication, connection, dan commerce. Kekuatan utama Instagram adalah content, community, dan | <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sama-sama menggunakan metode kualitatif - Sama-sama memanfaatkan media instagram - sama-sama sebagai promosi <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - lokasinya yang berbeda - akun instagramnya berbeda |

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.

| | | | |
|---|-------------------------|--|---|
| | | connection, namun customization tidak terpenuhi. Faktor pendukungnya adalah kemudahan penggunaan dan jangkauan luas, sedangkan hambatannya adalah kurangnya interaksi dan penyebaran feedback negatif. | |
| 4 | (Junawan & Laugu, 2020) | Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. | <p>Metode yang digunakan dalam artikel ini dengan menggunakan metode kepustakaan dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan pembahsan serta dapat di analisis bahwa eksistensi media sosial seperti youtube ditengah pandemi covid mengalami lonjakan pengguna sekitar sekitar 88% dan selanjutnya disusul oleh media sosial Whatsapp dengan jumlah akses sebesar 84 % serta instagram dengan 79%. Berdasarkan data diatas maka hal ini dapat kita lihat perkembangan dan tingkat eksistensi beberapa media sosial</p> <p>Persamaan - sama-sama menggunakan media sosial Instagram Perbedaan - lokasinya yang berbeda</p> |

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.

| | | | | |
|---|------------------------------|---|---|--|
| | | | yang sering diakses oleh penduduk dunia selama pandemi covid 19. Perkembangan ini tentunya mengalami penetrasi yang sangat jelas dari para pengguna internet dikalangan masyarakat virtual indonesia. | |
| 5 | (Jesslyn & Winduwati , 2021) | Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. | Media sosial telah mempengaruhi pemasaran, terutama promosi dan periklanan, memunculkan tren bisnis online. Merek lokal Ivoree menggunakan Instagram untuk meningkatkan penjualan sepatu wanita sejak September 2019. Studi ini meneliti penggunaan Instagram oleh Ivoree dengan pendekatan kualitatif dan studi kasus, melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Ivoree memanfaatkan Instagram dengan mengunggah konten, berinteraksi dengan pengikut, dan | Persamaan - sama-sama menggunakan media sosial Instagram - metodenya kualitatif Perbedaan - akun instagramnya berbeda - lokasinya berbeda |

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.

| | | | | |
|---|-------------------|---|--|---|
| | | | mendukung influencer untuk menarik perhatian. | |
| 6 | (Salafudin, 2019) | Pemanfaatan Media Sosial instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pematang. | TBM Widya Pustaka berhasil memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi dengan baik. Promosi dilakukan secara "Instagramable," dengan konten berupa informasi dan kegiatan TBM. Hampir semua fitur Instagram digunakan, menghasilkan donasi (buku dan uang), peningkatan pengunjung, dan kerjasama dengan TBM lain melalui saling mention akun. Kesamaan penelitian ini dengan penulis adalah penggunaan Instagram sebagai media promosi, sementara perbedaannya terletak pada subjek, waktu, lokasi, dan hasil pengamatan. | <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - sama-sama memanfaatkan media sosial Instagram - sama-sama menggunakan metode kualitatif <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - lokasinya yang berbeda |
| 7 | (Desia, 2023) | Analisis Desain Konten Instagram Sebagai Strategi Promosi @Sayurboxbal | @sayurboxbali menggunakan desain menarik melalui ilustrasi fotografi, tipografi, dan warna. Kontennya tidak hanya menampilkan | <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - menggunakan media Instagram - sama-sama promosi <p>Perbedaan</p> |



- 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.

| | | | |
|---|----------------------------|---|--|
| <p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p> <p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p> | <p>i</p> | <p>produk yang dijual, tetapi juga informasi manfaat buah dan sayuran dengan desain menarik. Sebagai strategi promosi, @sayurboxbali mengunggah 1-2 konten harian dengan informasi berbeda. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah strategi promosi melalui Instagram. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian; penelitian ini membahas analisis desain konten Instagram, sedangkan penelitian penulis mempelajari pemanfaatan Instagram untuk mempromosikan jasa modifikasi audio mobil.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - kajian terdahulu mengkaji strategi sedangkan penelitian ini pemanfaatan - lokasinya yang berbeda |
| <p>8</p> | <p>(Holo et al., 2023)</p> | <p>Pemanfaatan Media Sosial Youtube Dan Instagram Sebagai Sarana Pelestarian Budaya Dan Lingkungan Dalam Mewujudkan Indonesia</p> | <p>Perkembangan teknologi media baru menawarkan inovasi terbaru, terutama media sosial yang penggunaannya meningkat pesat. Media sosial membantu mengangkat budaya lokal dan melestarikan nilai budaya. Di</p> <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - menggunakan media Instagram <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - kajian terdahulu mengkaji pelestarian budaya sedangkan penelitian ini sebagai promosi |

© 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.

| | | | | |
|---|-----------------------|--|--|--|
| | | Emas. | Indonesia, YouTube adalah media sosial paling banyak diakses, menunjukkan pemanfaatan tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan Studi Kepustakaan, mengumpulkan dan mengolah data pustaka. Pemerintah dan masyarakat Bali, terutama anak muda, berperan dalam memperkenalkan dan melestarikan budaya melalui media sosial. | - lokasinya yang berbeda |
| 9 | (Annisa et al., 2024) | Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Staffee.Ca Bouquet Sidoarjo. | Penelitian ini mengeksplorasi pemanfaatan Instagram oleh Staffee.ca Bouquet Sidoarjo sebagai platform promosi, berfokus pada strategi, dampak, dan tantangan. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mengungkap bagaimana Staffee.ca mempromosikan rangkaian bunga melalui Instagram. Dengan paradigma konstruktivis, studi ini menekankan konten visual, komunikasi | Persamaan - menggunakan media Instagram - sama-sama promosi - sama-sama metode kualitatif Perbedaan - lokasinya yang berbeda - akun instagramnya berbeda |

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.

| | | | |
|-----------------------|---|--|---|
| | | <p>bilingual, dan strategi keterlibatan.</p> <p>Wawancara dan analisis dokumentasi mengungkapkan pentingnya estetika konsisten, konten inovatif, dan komunikasi interaktif untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan merek di Instagram.</p> | |
| (pradana Rambe, 2023) | <p>Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Pesonacoffee.Pku Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk.</p> | <p>Penelitian ini dipicu oleh banyaknya bisnis Coffee Shop di Pekanbaru, termasuk Pesona Coffee Pekanbaru. Tujuannya memahami penggunaan Instagram @pesonacoffee.pku untuk promosi dan peningkatan penjualan. Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.</p> <p>Hasilnya menunjukkan penggunaan fitur Instagram seperti stories dan feed untuk promosi visual, serta periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan</p> | <p>Persamaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - menggunakan media Instagram - sama-sama promosi - sama-sama metode kualitatif <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - lokasinya yang berbeda - akun instagramnya berbeda |

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.

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | pemasaran langsung. Manfaat media sosial adalah menekan biaya promosi, memperluas pasar, menganalisis minat, dan meningkatkan layanan serta penjualan. | |
|--|--|--|--|

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Media Sosial

Media sosial merupakan serangkaian aplikasi yang dikembangkan berdasarkan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan berbagi konten buatan pengguna (*User Generated Content*). Media sosial juga dapat diartikan sebagai serangkaian alat komunikasi dan kolaborasi yang memungkinkan berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk masyarakat umum. Berbeda dengan media tradisional seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi, yang interaksinya sangat terbatas, media sosial memungkinkan jumlah interaksi yang lebih signifikan. Dahulu, seseorang harus mendekati orang lain secara langsung untuk mengenal seseorang baru dan berkomunikasi. Namun, dengan kemajuan teknologi, interaksi langsung tidak lagi diperlukan. Kini, dengan hanya mengunduh aplikasi yang disediakan oleh pengembang, masyarakat dapat memilih aplikasi mana yang ingin diunduh di ponsel mereka. Kehadiran media sosial tentunya membawa dampak positif dan negatif (Junawan & Laugu, 2020).

Media sosial yang kini dikenal oleh masyarakat umum adalah mulai dari aplikasi bertukar pesan seperti line dan Whatsapp, aplikasi berbagi foto dan video seperti youtube, facebook, instagram, twitter, tiktok, dan masih banyak lagi lainnya, dengan penggunaan yang disesuaikan dari setiap keunggulan yang dimiliki masing-masing aplikasi. Media sosial dapat pula diartikan sebagai media berbasis online yang memberikan kemudahan kepada para pengguna untuk ikut serta membuat isi seperti blog atau jejaring sosial lainnya, namun ada juga yang memberikan pengertian bahwa media sosial merupakan media atau platform berbasis online dengan mengubah komunikasi yang biasanya hanya terjadi dengan tatap muka menjadi sebuah dialog interaktif yang bahkan dapat terjadi meskipun kedua belah pihak tidak bertemu langsung.

Sosial media merupakan sebuah media yang sudah difasilitasi internet atau disebut media online, media sosial merupakan platform yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi (Julia & Indarti, 2023). Menurut Keller (2012)

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

- menambahkan berbagai filter, teks, stiker, dan efek untuk mengedit dan meningkatkan konten yang ingin dibuat mereka.
2. Feed

Konten yang diunggah oleh pengguna Instagram akan muncul dalam bentuk unggahan berurutan di halaman awal, atau biasanya dikenal sebagai “feed”. Pengikut dapat melihat dan memberikan respons seperti memberikan like dan berkomentar di unggahan feed tersebut.
3. Cerita (Stories)

Instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto atau video sementara dalam bentuk "cerita." Cerita ini muncul di bagian atas feed pengguna dan akan hilang setelah 24 jam. Ini merupakan cara yang bagus untuk berbagi momen sehari-hari yang lebih sementara.
4. IG TV

Instagram memiliki fitur bernama IGTV yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah video yang lebih panjang, hingga satu jam. Ini adalah platform untuk konten video yang lebih mendalam dan lebih panjang.
5. Pesan Langsung (direct Messaging)

Pengguna dapat mengirim pesan pribadi kepada pengguna lain melalui fitur pesan langsung di Instagram.
6. Hastag

Hashtag digunakan untuk mengkategorikan konten dan membuatnya lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang mencari topik tertentu.
7. Alat analitik

Instagram menyediakan alat analitik yang memungkinkan pengguna untuk melihat statistik akun mereka, termasuk jumlah pengikut, interaksi, dan sebagainya.
8. Iklan

Instagram juga merupakan platform yang populer untuk iklan dan pemasaran, baik dalam bentuk iklan gambar/video biasa atau dalam bentuk iklan cerita.

Aktivitas yang dilakukan di Instagram, yaitu meliputi:

- a. Follow

Follow atau ikut, pengguna Instagram dapat mengikuti atau berteman dengan pengguna lainnya dengan cara saling follow akun Instagram.
- b. Like

Like merupakan ikon di mana pengguna dapat menyukai video atau foto yang telah unggah, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah keterangan foto yang bersebelahan Jurnal Common | Volume 3 Nomor 1 | Juni 2019 75 dengan kolom komentar atau dengan mengetuk dua kali pada foto.

- c. **Komentar**
Komentar merupakan aktivitas memberikan pikiran atau pendapat melalui kalimat.
- d. **Mention**
Fitur mention digunakan untuk menandai pengguna lain dengan cara menambah tanda arroba (@) di depan nama akun instagram dari pengguna tersebut. Instagram membuat fitur yang terinspirasi dari Snapchat Stories dan diberi nama Instagram Stories. Fitur ini memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video yang kemudian akan hilang setelah 24 jam (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Dengan mempertimbangkan fakta bahwa iklan pada masa lalu biasanya dilakukan melalui distribusi selebaran, iklan di billboard, atau promosi di stasiun televisi dan radio, yang semuanya memakan biaya yang cukup besar. Instagram telah berkembang menjadi platform yang memungkinkan pengusaha mempromosikan barang dan jasa mereka. Posting foto produk yang memiliki desain khusus untuk menarik perhatian pelanggan adalah salah satu dari banyak cara yang dapat digunakan untuk mempromosikan barang yang akan dijual. Pada akhirnya, ini dapat membantu merek dikenal oleh pelanggan. Instagram tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi platform media sosial yang sangat penting untuk bisnis (Puspitarini & Nuraeni, 2019)

2.2.3 Teori New Media

Menurut (Boyd & Ellison, 2007) mendefinisikan new media sebagai media digital yang melibatkan penggunaan teknologi internet untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan konten yang dibuat oleh pengguna. Mereka menekankan bahwa new media memungkinkan pengguna untuk menjadi lebih aktif dalam membuat dan mendistribusikan konten. Teori new media, yang dikembangkan oleh Pierre Levy, membahas tentang evolusi media. Teori ini memiliki dua perspektif utama: interaksi sosial dan integrasi sosial. Media baru mencakup penggunaan internet dan teknologi berbasis media online, yang ditandai oleh fleksibilitasnya, potensinya untuk interaksi, dan kemampuannya untuk digunakan dalam konteks pribadi maupun public (Khalimah, 2019).

Penelitian ini mengadopsi Teori New Media sebagai kerangka teoretis utama. Teori ini, yang sering disebut "media baru", merujuk pada berbagai jenis media massa yang berbasis pada teknologi informasi dan komunikasi, dengan internet sebagai contoh utamanya. Teori ini berkembang seiring dengan peningkatan penggunaan internet sebagai saluran komunikasi antar manusia. Melalui internet, interaksi dengan orang lain menjadi lebih mudah dan tidak memerlukan pertemuan tatap muka sebelumnya (Dharomesz et al., 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Martin Lister dkk (2009 : 13-14) menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu :

1. Digital

Dalam media digital, semua data input diubah menjadi angka. Data yang dimasukkan bisa berupa suara, cahaya, atau gambar. Data-data tersebut kemudian disimpan dalam drive memory, disk digital, atau sumber online, dan tidak memerlukan banyak ruang penyimpanan karena data dikompres menjadi ukuran lebih kecil. Data juga mudah diakses dengan kecepatan tinggi dan mudah dimanipulasi.

2. Interactivity (Interaktif)

Pengguna berperan aktif dalam mengubah teks, gambar, atau suara. Dengan demikian, dalam media baru, pengguna tidak hanya menjadi penonton tetapi juga sebagai peserta aktif. Komunikasi yang terjalin bersifat dua arah.

3. Hypertextual (Hiperteks)

Media baru memungkinkan pengguna untuk berpindah ke topik lain melalui jaringan teks-teks penghubung. Hiperteks ini memungkinkan pengguna membaca teks tidak secara berurutan seperti media lama, melainkan dapat memulai dari bagian mana pun yang diinginkan.

4. Networked (Jaringan)

Karakteristik ini berhubungan dengan ketersediaan konten berbagi melalui internet. Ini melibatkan konsumsi teks media dalam jumlah besar yang sangat beragam dan tersedia dalam berbagai cara.

5. Virtual

Dalam media baru, virtual hampir sama dengan dunia nyata. Apa yang ditampilkan dalam media baru ini bisa terlihat sangat nyata, membuat pengguna merasa seolah-olah berada di tempat kejadian. Aspek virtual ini memerlukan kemampuan imajinasi dari setiap pengguna.

6. Simulated (Simulasi)

Simulasi berkaitan erat dengan virtual. Dalam media baru, pengguna seolah-olah terlibat langsung, tetapi itu hanyalah sesuatu yang tidak nyata. Karakter-karakter dalam media baru hanyalah simulasi dari kehidupan nyata manusia.

2.2.4 Promosi

Promosi berasal dari kata promote yang dalam Bahasa Inggris diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Promosi merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran (marketing mix). Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

2. Penjualan Perseorangan (Personal Selling).

Personal selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pembeli untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

3. Promosi Penjualan (Sales Promotion).

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.

4. Hubungan Masyarakat (Public Relations).

Public Relations merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.

5. Pemasaran Langsung (Direct Marketing).

Direct Marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi disembarang lokasi.

2.2.5 Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik, terutama konsumen sasaran, tentang keberadaan suatu produk di pasar. Konsep yang umumnya digunakan untuk menyampaikan pesan ini dikenal sebagai bauran promosi. Bauran promosi terdiri dari lima jenis, yaitu iklan, promosi penjualan, humas, dan publisitas. Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi pemasar. Tanpa komunikasi, konsumen dan masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui tentang keberadaan produk di pasar. Komunikasi pemasaran juga menghabiskan anggaran yang cukup besar, sehingga pemasar harus berhati-hati dan cermat dalam merencanakan strategi komunikasi pemasaran mereka (Anrepan, 2023).

Komunikasi pemasaran terdiri dari dua elemen utama: komunikasi dan pemasaran. Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Bentuk komunikasi ini tidak hanya terbatas pada bahasa verbal, tetapi juga meliputi ekspresi wajah, lukisan, seni, dan teknologi. Sementara itu, pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

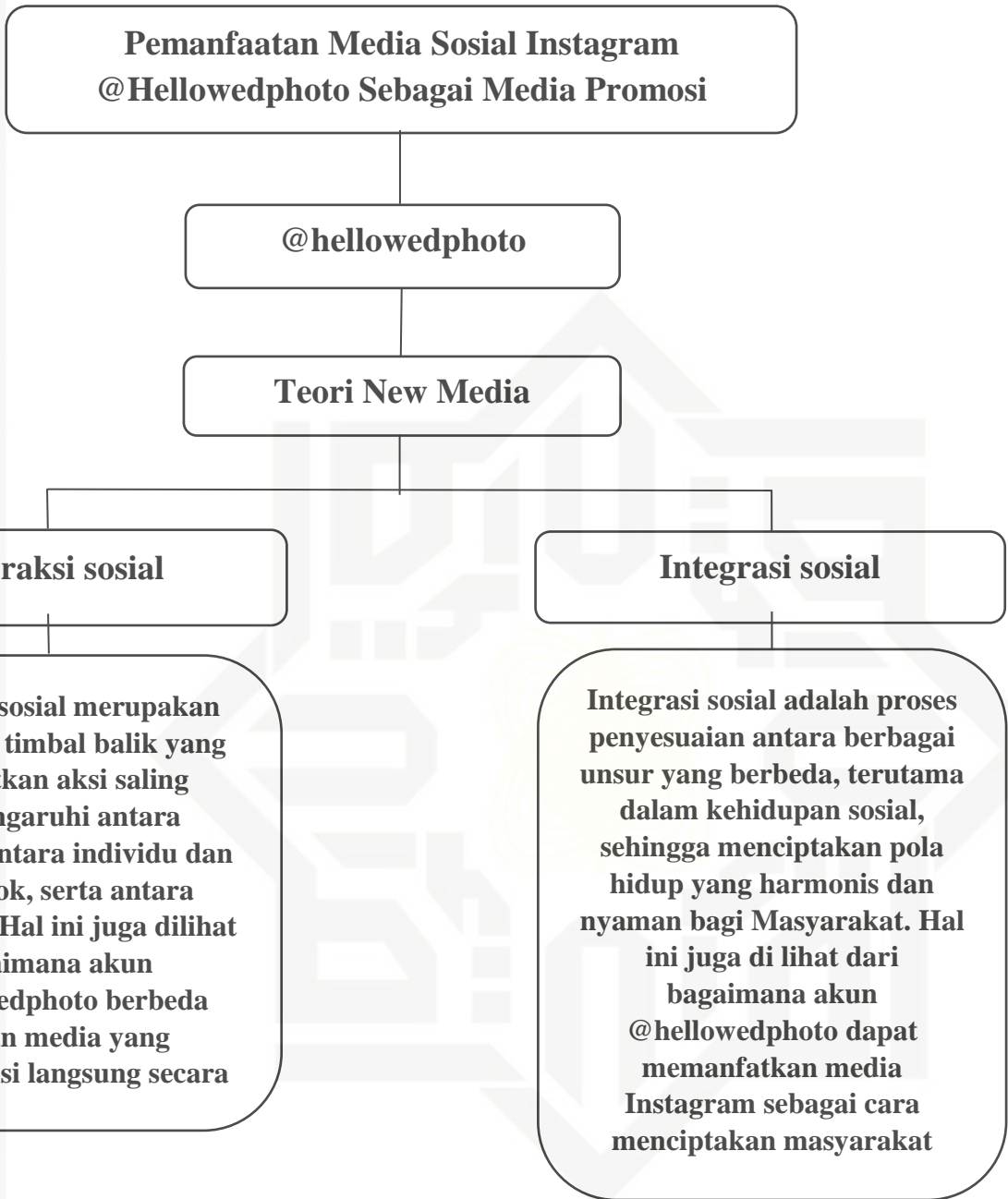
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Doyle, 2013)

Dalam setiap kegiatan pemasaran, elemen yang sangat penting untuk diperhatikan adalah komunikasi. Melalui komunikasi, kegiatan pemasaran dapat berlangsung dengan baik dan mencapai tujuan yang diinginkan, salah satunya adalah terjadinya proses pembelian. Pada tingkat dasar, komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen potensial menyadari keberadaan produk yang ditawarkan. Selain itu, komunikasi juga dapat membujuk konsumen saat ini dan konsumen potensial agar berkeinginan terlibat dalam hubungan pertukaran (Siregar, 2022)

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah serangkaian diagram yang menggambarkan alur kerja penelitian. Kerangka pemikiran ini disusun secara sistematis, dan struktur dibuat sesuai dengan alur dan kondisi yang ada. Berdasarkan konsep operasional, maka kerangka pemikiran dari penelitian tentang "pemanfaatan media instagram @hellowedphoto sebagai media promosi" dapat dijelaskan sebagai berikut.



Tabel 2.1 Kerangka Pikir Peneliti : 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

| | | | | | | | |
|--------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Ujian Kompregensif | | | | | | | |
| Ujian Munaqasah | | | | | | | |
| Bimbingan | | | | | | | |

Sumber : Peneliti 2024

3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder:

3.3.1 Data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung melalui survei lapangan, di mana sumber data primer memberikan informasi langsung kepada peneliti (Na & Hipertensiva, n.d. 2023). Dalam penelitian ini, data primer merujuk pada data yang diperoleh langsung oleh penulis melalui proses wawancara dengan admin akun Instagram @hellowedphoto dan pengikut akun tersebut sebanyak 3 orang.

3.3.2. Data sekunder informasi atau data yang telah dikumpulkan oleh Lembaga dan telah dipublikasikan secara umum. Hal ini seperti laporan penelitian, jurnal, buku, dokumen, internet (Na & Hipertensiva, n.d. 2023). Data tersebut tentunya berhubungan dengan data seputar Pemanfaatan media sosial Instagram @hellowedphoto sebagai Media promosi

3.4 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah Sitti Aafia Muharrommah selaku pemilik akun Instagram @hellowedphoto sekaigus owner, dan 3 orang followers Instagram @hellowedphoto.

| NO | NAMA | JABATAN | LAMA BEKERJA |
|----|-----------------------------|--------------------|--------------|
| 1 | Kak Sitti Aafia Muharrommah | Owner | 5 Tahun |
| 2 | Ananda Putri | Informan Pendukung | |
| 3 | Anita Lutfi | Informan Pendukung | |
| 4 | Bayu Prayoga | Informan Pendukung | |

Tabel 3.1 Informan Hellowedphoto

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya sebagai berikut:

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. 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.

3.5.1 Wawancara

Wawancara berasal dari bahasa Perancis, yaitu "*entrevue*" yang artinya adalah "melihat satu dengan lainnya atau bertemu." Namun, tidak selalu wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka. Sebagai gantinya, peneliti dapat melakukan wawancara melalui telepon atau bahkan melalui email. Dalam penelitian ini, saya selaku peneliti langsung terlibat dalam wawancara, yang bertujuan untuk mendapatkan data dari sumbernya secara langsung, sehingga memudahkan penyusunan laporan. Penelitian ini menggunakan metode wawancara tidak terstruktur, yang berarti wawancara akan dilakukan secara bebas dengan pemilik akun instagram @hellowedphoto, dan topik pembahasannya terkait dengan bagaimana akun tersebut memanfaatkan media sosial instagram dan mampu menarik minat pelanggan (Cornelia et al., 2022).

3.5.2 Observasi

Jika wawancara dapat mengungkap bagaimana informan memberikan makna terhadap realitas sosial di sekitarnya, pengalaman-pengalaman mereka, serta sikap-sikap mereka terhadap peristiwa yang terjadi di masa lalu, observasi membantu dalam mengamati situasi saat ini dan kemungkinan peristiwa masa depan. Dengan terlibat dalam pengamatan, peneliti dapat lebih mendalam memahami tindakan dan perilaku subjek penelitian. Kesesuaian antara apa yang dilihat oleh peneliti dengan apa yang disampaikan oleh informan dalam wawancara akan meningkatkan validitas data lapangan. Namun, jika ada perbedaan antara apa yang diamati dengan apa yang diungkapkan oleh informan dalam wawancara, Maka peneliti akan memperkuat data lapangan (Rahmandani, 2019). Dalam konteks ini, penulis melakukan pengamatan terhadap pemanfaatan media sosial akun @hellowedphoto untuk menarik minat pelanggan.

3.5.3 Dokumentasi

Wawancara sering dilakukan dalam berbagai durasi, mulai dari 30 menit, 60 menit, bahkan mungkin hingga 120 menit. Durasi ini cukup lama, dan kemampuan kita untuk mengingat detail-detailnya mungkin tidak mencukupi. Walaupun mencatat selama wawancara sangat disarankan dan membantu dalam menganalisis hasil wawancara, namun hal ini tidak cukup untuk mendokumentasikan wawancara secara lengkap. Teknik dokumentasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan dalam rangka mencari mencari data mengenai informasi atau variable-variabel bisa berupa buku, artikel, berita, majalah, catatan, transkrip, agenda, dan sebagainya (Hidayat, 2019). Dalam penelitian ini, dokumentasi mencakup informasi yang disampaikan seperti foto, publikasi, laporan, dan indikator

keberhasilan pemanfaatan media sosial Instagram akun @hellowedphoto untuk menarik minat pelanggan.

3.6 Validitas Data

Analisis data adalah tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Setelah mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan hasil observasi atau observasi partisipatif, dokumentasi, serta data lainnya sesuai dengan strategi penelitian yang digunakan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis dan interpretasi data tersebut. Metode penelitian kualitatif lebih cenderung mengutamakan autentisitas daripada validitas (Akhmad, 2015). Hal ini disebabkan oleh arti penting autentisitas dalam memberikan deskripsi yang adil dan jujur terhadap informasi.

Kemudian, untuk menjamin akurasi dan kredibilitas hasil penelitian, teknik yang digunakan metode penelitian kualitatif yaitu Triangulasi. Triangulasi data dalam konteks ini mengacu pada penggunaan beragam sumber data, penerapan lebih dari satu teori, berbagai teknik analisis data, serta melibatkan sejumlah peneliti. Tujuan utamanya adalah untuk memperkuat aspek teoritis, metodologi, dan interpretatif dalam penelitian kualitatif. Triangulasi juga dapat diartikan sebagai upaya untuk memeriksa data melalui berbagai cara, menggunakan berbagai sumber, teknik, dan mengambil data pada berbagai waktu (Desia, 2023).

3.7 Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman mengatakan bahwa analisis kualitatif adalah sebuah proses yang interaktif dan berkelanjutan hingga data yang ada telah terungkap sepenuhnya. Proses analisis data ini terdiri dari tiga tahap utama, yakni mengurangi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan atau memverifikasi data (Pobela et al., 2017).

Dalam penelitian ini, teknik analisis data mengikuti model interaktif Miles dan Huberman dengan langkah-langkah yang mencakup reduksi data, pengumpulan data, dan penyajian kesimpulan. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu :

3.7.1 Reduksi data

Reduksi data adalah tahap di mana peneliti melakukan seleksi, fokus pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data awal yang berasal dari catatan-catatan lapangan. Proses ini dilakukan secara kontinu selama berlangsungnya penelitian, bahkan sebelum seluruh data terkumpul sepenuhnya, sejalan dengan kerangka konseptual penelitian, permasalahan

studi, dan pendekatan pengumpulan data yang telah dipilih oleh peneliti (Bado, 2021).

3.7.2. Penyajian data

Penyajian data adalah tindakan mengorganisasi sejumlah informasi sehingga memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif dapat mengambil berbagai bentuk, termasuk teks naratif seperti catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan diagram (Rijali, 2018).

3.7.3. Penarikan kesimpulan

Peneliti secara berkesinambungan melakukan usaha untuk membuat kesimpulan selama berada di lapangan. Sejak awal proses pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari makna dalam objek-objek, mencatat pola-pola, mengidentifikasi konfigurasi, hubungan sebab-akibat, dan proporsi. Ini dilakukan dengan meninjau hasil reduksi sambil tetap mempertimbangkan bagaimana masalah dirumuskan dalam bentuk hasil yang diinginkan. Untuk mencapai kesimpulan dan menemukan solusi untuk masalah ini, data yang terkumpul dibandingkan satu sama lain (Rijali, 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV LOKASI PENELITIAN

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan owner @Hellowedphoto, Hellowedphoto awalnya didirikan oleh sang owner berdasarkan minat pribadi yang ia miliki terhadap dunia fotografi dan latar belakang pendidikan owner yang menempuh pendidikan di bidang Broadcasting. Minat dan background pendidikan ini pun menjadi landasan yang kuat bagi sang owner untuk membangun usaha dalam bidang bisnis fotografi yang berkembang pesat melalui media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan kepiawaian owner yang membangun bisnis tidak hanya berdasarkan passion, namun juga pemahaman teknis dan juga komunikasi visual secara teoritis.

Adapun alasan owner @Hellowedphoto menggunakan Instagram sebagai media promosi utama adalah dikarenakan Instagram merupakan sebuah platform media sosial yang berfokus pada foto dan video yang merupakan dua elemen utama dalam promosi visual. Selain itu, mayoritas pengguna instagram disinyalir merupakan anak-anak muda yang sesuai dengan target pasar dari @Hellowedphoto. Hal ini menjadikan menggunakan instagram dapat menjadi suatu keunggulan untuk memperoleh peluang pasar yang lebih besar bagi akun untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan.

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 VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti jalankan dengan judul penelitian “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @HELLOWEDPHOTO Sebagai Media Promosi,” maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Akun Instagram @hellowedphoto yang dikelola oleh admin beserta jajarannya telah menunjukkan bahwa mereka mampu untuk memanfaatkan instagram dengan berbagai fitur yang ada, seperti feed, Stories, Reels, yang digunakan untuk mengenalkan dan mempromosikan layanan jasa fotografi pernikahan mereka secara efektif.
2. Penelitian menunjukkan bahwa konten yang dikerjakan dengan serius dan disusun secara estetik serta komunikasi yang interaktif di Instagram @hellowedphoto membuat mereka untuk menarik lebih banyak audiens dan juga calon klien baru, khususnya dengan target pasar anak muda.
3. Penggunaan fitur Stories dan Reels secara aktif membantu @hellowedphoto dalam berinteraksi langsung dengan pengikutnya, menciptakan komunikasi dua arah yang responsif dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Penggunaan tagar (#) dan mention (@) yang tepat sasaran dan digunakan secara strategis dengan tujuan untuk memperluas visibilitas akun dan juga jangkauan audiens terbukti mampu dalam menarik pengikut baru dan membangun hubungan dengan akun lain yang relevan.
5. Kecepatan respon dan keterbukaan dalam berkomunikasi melalui DM dan komentar menjadi kunci untuk menciptakan kesan bahwa @hellowedphoto merupakan brand yang tanggap, interaktif, peduli dan responsif terhadap kebutuhan dan kenyamanan para pelanggan

6.2 Saran

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi awal bagi penelitian selanjutnya, karena banyaknya elemen-elemen yang dibahas dalam struktur teks ini secara detail dan bahasa yang digunakan secara sederhana belum mengupas pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi secara keseluruhan
2. Perlunya pengembangan ilmu pengetahuan tentang teori new media yang diperkenalkan oleh Piere Levy dan Michael Solomon di fakultas dakwah dan ilmu komunikasi.

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.





DAFTAR PUSTAKA

- Akhamad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54. <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>
- Annisa, Z. N., Wulansari, D., & Promosi, M. (2024). *Issn : 3025-9495*. 6(4), 1–9.
- Anrepan, A. (2023). *Komunikasi Pemasaran Film Abracadabra*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/46124>
- Azmi, L. N., & Islam, M. A. (2024). *PERANCANGAN VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PENGELOLAAN INFORMASI MAJAPAHIT (PIM)*. 5(2), 275–285.
- Bado, B. (2021). Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah. In *Pengantar Metode Kualitatif*.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Cornelia, V., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2022). *Pemaknaan tahap pembentukan identitas gay dalam film*.
- Desia, A. (2023). ANALISIS DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI @dkv.budiluhur. *Kartala*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.36080/kvs.v2i1.6>
- Dharomesz, V. Y., Adyantari, A., Sasmita, R. P. H., & Noventa, O. C. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi Di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(06), 469–475. <https://doi.org/10.62668/sabangka.v2i06.815>
- Doyle, C. (2013) kamus P. (2013). Doyle, C. (2013) Kamus Pemasaran, Jakarta: Index Permata Dwi Media. *Doyle, C. (2013)*, 25–52.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61.
- Hanafi, H., Kertahadi, & Susilo, H. (2012). *Website Ub Terhadap Sikap Pengguna. Pengaruh persepsi kemanfaatan & persepsi kemudahan website UB Terhadap sikap pengguna*, 8. <https://media.neliti.com/media/publications/77568-ID-pengaruh-persepsi-kemanfaatan-dan-persep.pdf>
- Hidayat, W. (2019). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN

- 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. 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.

TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH TABUNGAN WADIAH (Studi Pada BMT ASSYAFI'YAH Cabang Pringsewu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Holo, F., I, I. M. Y., Wayan, N., & Permana, D. (2023). *PENERAPAN MODEL PEMBELAJARAN (PBL) UNTUK MENINGKATKAN MINAT DAN PRESTASI BELAJAR MATEMATIKA PADA SISWA KELAS VIIIB SMP NEGERI 2 TABANAN TAHUN AJARAN 2022 / 2023*.

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32.

Indrawati, W. (2024). *STRATEGI PROMOSI PRODUK SEPEDA MOTOR MELALUI AKUN CAPELLA HONDA FLAMBOYAN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN TAPUNG*.

Istifadah. (2021). *Model Manajemen Mutu Sekolah Dan Pemanfaatan Tik Dalam Peningkatan Layanan Akademik*. July, 1–23.

Jesslyn, J., & Winduwati, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. *Prologia*, 5(1), 135. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8178>

Julia, A., & Indarti, N. (2023). Pemanfaat media online dalam penjualan batik dari kelompok Batik Cantik Suropati (BCS) Tembokrejo. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(2), 152. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i2.17391>

Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57.

Khalimah, S. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pukwe Café di Kabupaten Kudus. *Iainkudus*, 6(2), 292–293. <http://repository.iainkudus.ac.id/4653/>

Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi). *Ilmu Komunikasi*, 8.

Na, D. E. C., & Hipertensiva, C. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title*.

Nasution A. (2021). 1484-4185-1-Sm. *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*, 6(1), 11–18.

Nofirda, F. A., & Susanto, P. (2024). Manajemen Pemasaran. In *Widina Media Utama*. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)



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.

- Nuzulia, A. (1967). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Pobela, R. W., Karamoy, H., & Lambey, L. (2017). Analisis Pengelolaan Aset Desa di Kota Kotamobagu. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill,"* 8(2), 203–212. <https://doi.org/10.35800/jjs.v8i2.18060>
- pradana Rambe, S. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram@Pesonacoffee.pku Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk.* 5686, 1–60.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Rahmandani, A. (2019). Strategi penanggulangan (coping) pada ibu yang mengalami postpartum blues di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 5(1), 10. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/download/206/133>
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin.* 17(33), 81–95.
- Salafudin, M. (2019). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi pada taman baca widya pustaka kabupaten pemalang. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 141.
- Saputra, J. E., & Kusumaningrum, A. P. (2022). Analisis Swot Penggunaan Media Online Instagram Sebagai Alat Promosi Di Cafe Kopipapi Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1802–1818. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2542>
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sondakh, R. A., Erawan, E., & Wibowo, S. E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Gepreexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. *Ilmu Komunikasi*, 7(1), 279–292. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=3812>
- Taghiabadi, H. (2023). *The Role of Social Media in Customer Engagement with Iranian Brands in the Beauty and Cosmetic Industry.* 11(42). <https://doi.org/10.22054/ims.2023.15485>
- Yanuarita, D., & Desnia, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi di Sekolah Alam Kebun Tumbuh. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 245–256. <https://doi.org/10.54082/jupin.153>
- Zuliana, S., & Rafdeadi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram

@Tembilahan.Kuliner Sebagai Media Paid Promote Umkm Di Kota
Tembilahan. *Jrmdk*, 5(1), 40–48. <https://schfess.id/pp/>



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Daftar Pertanyaan Wawancara Informan

Pertanyaan Umum:

1. Apa latar belakang didirikannya @Hellowedphoto?
2. Apa keunggulan menggunakan Instagram dibandingkan media promosi tradisional menurut Anda dan Mengapa Anda memilih Instagram sebagai platform utama untuk promosi @Hellowedphoto?
3. Bagaimana peran Instagram dalam promosi layanan atau produk @Hellowedphoto?
4. Bagaimana Instagram mempengaruhi jangkauan audiens atau calon klien Anda dibandingkan media lain?

Berdasarkan Perspektif Interaksi Sosial:

1. Bagaimana @Hellowedphoto berinteraksi dengan pengikutnya di Instagram? Apakah ada strategi khusus dalam menciptakan interaksi dua arah?
2. Apakah anda ada strategi khusus untuk mendorong partisipasi aktif audiens sehingga mereka tertarik untuk menggunakan jasa anda atau sekedar interaksi di instagram anda, seperti melalui komentar, likes, atau direct message?
3. Bagaimana Anda melihat peran komentar, likes, dan DM (Direct Messages) dalam meningkatkan keterlibatan sosial dengan audiens

Berdasarkan Perspektif Integrasi Sosial:

1. Menurut Anda, bagaimana akun @Hellowedphoto bisa menciptakan hubungan yang harmonis antara elemen-elemen berbeda di dalam komunitas Instagram?
2. Bagaimana @Hellowedphoto beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan tren media sosial untuk mempertahankan citra di masyarakat?
3. Bagaimana tanggapan atau feedback dari audiens memengaruhi perubahan strategi dalam pemanfaatan konten @Hellowedphoto? Di instagram sebagai media promosi?

Berdasarkan Karakteristik Media Baru (Martin Lister):

1. Bagaimana Anda memanfaatkan fitur digital di Instagram (seperti foto, video, reels) untuk mempromosikan jasa @Hellowedphoto?
2. Seberapa penting Anda melihat kecepatan akses data digital bagi audiens di Instagram?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

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.

Interactivity (Interaktif) :

1. Bagaimana Anda melibatkan audiens dalam konten yang bersifat interaktif? Apakah Anda menggunakan fitur seperti polling, Q&A, giveaway ataupun strategi lainnya?
2. Menurut Anda, apakah komunikasi dua arah yang terjadi di Instagram cukup membantu dalam menciptakan keterikatan dengan audiens?
3. Sejauh mana audiens Anda berperan aktif dalam konten yang Anda unggah? Apakah ada feedback langsung yang memengaruhi perubahan konten ataupun berkaitan langsung dengan promosi?

Penutup

1. Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam mempromosikan @hellowedphoto di Instagram?
2. Bagaimana cara Anda mengukur efektivitas kampanye promosi yang dilakukan melalui Instagram?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

LAMPIRAN 2: Dokumentasi Wawancara

1. Wawancara dengan Sitti Aafia Muharrommah selaku owner Hellowedphoto



(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

2. Wawancara dengan Ananda Putri selaku followers Instagram @hellowedphoto



(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

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. Wawancara dengan Anita Lutfi selaku followers Instagram @hellowedphoto



(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

4. Wawancara dengan Bayu Prayoga selaku followers Instagram @hellowedphoto



(Sumber: Dokumentasi Peneliti)