

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
WESTAR STUDIO FOTOGRAFI & VIDEOGRAFI
PEKANBARU**



SKRIPSI

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

Oleh:

MUHAMMAD ZOLA
NIM. 11840311800

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1446 H/ 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

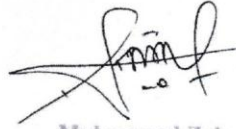
Hak cipta milik

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.

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI WESTAR
STUDIO FOTOGRAFI & VIDEOGRAFI PEKANBARU


Disusun Oleh:



Muhammad Zola
NIM. 11840311800

Telah disetujui Pembimbing pada tanggal : 26 Mei 2025

Mengetahui
Pembimbing



Yudhi Martha Negeraha, S.Sn., M.Ds
NIP. 197903282009121002

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Badri, M. Si.
NIP. 198103132011011004

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 والاتصال

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 : Muhammad Zola
NIM : 11840311800
Judul : Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Westar Studio
Fotografi & Videografi Pekanbaru

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

Hari : Jum'at
Tanggal : 13 Juni 2025

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

Pekanbaru, 13 Juni 2025



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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Artis, M. I. Kom
NIP.19680607 200701 1 047

Penguji II,

Edison, M. I. Kom
NIP. 19780418 202321 1 009

Sekretaris/ Penguji II,

Rosmita, M. Ag
NIP. 19741113 200501 2 005

Penguji IV,

Dr. Usman, M. I. Kom
NIP. 19860516 202321 1 013

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 SEMINAR PROPOSAL

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

Nama : Muhammad Zola
NIM : 11840311800
Judul : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru.

Telah Diseminarkan Pada:


Hari : Jum'at
Tanggal : 31 Maret 2023

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

Pekanbaru, 31 Maret 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,


Dewi Sukartik, M.Sc
NIK. 130 311 019

Penguji II,


Rusvda Fuzana, M.Si
NIP. 19840504 201903 2 011

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.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Zola
 NIM : 11840311800
 Tempat/ Tgl. Lahir : Kp. Panjang, 25 April 2000
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
 Prodi : S1 Ilmu Komunikasi
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

"Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru"

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

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

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

Pekanbaru, 30 Juni 2025
 Yang membuat pernyataan



Muhammad Zola
 NIM : 11840311800

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



Pekanbaru, 26 Mei 2025

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

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

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.
Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:
Nama : Muhamad Zola
NIM : 11840311800
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru

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

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

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.
Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

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

Mengetahui:

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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

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.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Zola
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Instagram dimanfaatkan sebagai media promosi oleh Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru, sebuah usaha yang bergerak dibidang fotografi dan videografi di Pekanbaru. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi sarana penting dalam menunjang kegiatan pemasaran, khususnya bagi industri kreatif yang mengandalkan kekuatan visual. Instagram, sebagai platform berbasis gambar dan video menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan secara strategis untuk meningkatkan brand awareness, menarik perhatian konsumen, serta memperkuat jangkauan pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara yang mendalam, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik dan tim marketing Westar Studio Fotografi & Videografi dan juga beberapa pengikut akun Instagram @studiowestar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Westar Studio Fotografi & Videografi telah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi dengan cukup efektif. Studio ini secara konsisten mengunggah konten visual berkualitas tinggi, membangun komunikasi interaktif dengan followers serta memanfaatkan momen tertentu untuk promosi diskon dan branding. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa tantangan seperti algoritma Instagram yang terus menerus berubah dan juga optimalisasi fitur insight untuk evaluasi strategi promosi. Dengan demikian, pemanfaatan Instagram memberikan dampak positif terhadap visibilitas dan keterlibatan audiens, serta membantu meningkatkan jumlah klien. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan strategi konten dan evaluasi rutin berbasis data agar promosi melalui Instagram dapat lebih optimal.

Kata Kunci : Instagram, Media Sosial, Media Promosi, Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRACT

Name : Muhammad Zola

Major : Communication Science

Title : The Utilization of Instagram as a Promotional Media for Westar Studio Photography & Videography Pekanbaru

This study aims to explore how Instagram is utilized as a promotional medium by Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru. A photography and videography business based in Pekanbaru. In today's digital era, social media has become an essential tool in supporting marketing activities, especially for creative industries that rely heavily on visual content. Instagram, as a platform focused on images and videos offers various features that can be strategically used to increase brand awareness, attract potential customers, and expand market reach. This research employs a descriptive qualitative method, with data collected through observation, in depth interviews and documentation. The informants include the owner and marketing team of Westar Studio and also some followers of Instagram @studiowestar. The results show that Westar Studio has effectively used Instagram as a promotional platform. The studio consistently posts high-quality visual content, engages interactively with followers, and takes advantage of special moments to promote discounts and strengthen branding. However, challenges remain, such as an Instagram algorithm that can change all the time and also optimization of insight features for evaluating promotional strategies. In conclusion, utilizing Instagram has positively impacted the studio's visibility and audience engagement, and has helped increase the number of clients. This study recommends improving content strategies and conducting regular data based evaluations to optimize promotional efforts through Instagram.

Keywords: Instagram, Social Media, Promotional Media, Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru

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



Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokaatuh.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas segala berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru”** ini dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk kedalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa'at beliau di akhirat kelak, Aamin Yaa Robbal 'Alamiin.

Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau. Dalam penulisan skripsi penulis menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan-kekurangan, baik dalam segi materi ataupun dalam teknis penulisannya. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan juga saran dari pembaca yang berniat membangun, demi terbentuknya sebuah karya tertulis ilmiah yang sempurna.

Dalam penyelesaian tulisan ini penulis telah banyak memperoleh berbagai bimbingan, bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Dan terutana untuk kedua orang tua terkasih, Ayahanda **Safri** dan Ibunda **Almh Rosmi** dan Ibunda **Erni** yang tak henti-hentinya menyemangati dan memenuhi kebutuhan penulis baik secara moril, materil serta doa yang tulus kepada penulis. Terimakasih juga kepada Kakak kandung penulis **Muhammad Faisal**, **Almh Nani Rosfri**, **Fatlah Romi**, dan **Fatlah Rozi** yang secara tidak langsung juga turut mendoakan dan menyemangati penulis dalam proses pembuatan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sehingga akhirnya bisa diselesaikan.

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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih setulus-tulusnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Rektor Uin Suska Riau
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag. selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, selaku Wakil Rektor II, dan bapak Edi Erwan S. Pt.,M. Sc.,Ph, D., selaku Wakil Rektor III.
3. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S. Pd., M. A., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
4. Bapak Prof. Dr. Masduki, M. Ag., Bapak Toni Hartono, M. Si., Bapak Dr. Hj. Arwan, M. Ag., selaku Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si dan Bapak Artis, M. Ag.,M.I.Kom. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
6. Bapak Yudhi Martha Nugraha, M.Ds selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak arahan, bimbingan, ilmu serta waktu yang diluangkan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan mendapatkan pahala atas amal jariyah berupa bimbingan selama penulisan skripsi penulis.
7. Ibu Dewi Sukartik,S.Sos.,M.Sc selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan terhadap penulis.
8. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmu, berbagi pengalaman, memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan, semoga ilmu yang telah diberikan menuai keberkahan yang melimpah.
9. Terimakasih kepada seluruh pihak Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru, Bapak Yanto selaku pemilik Westar Studio, Ibu Khairiah selaku Marketing dan beserta Pegawai yang telah memberikan kesempatan dan bersedia dalam memberikan data serta informasi kepada penulis dalam

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 Saif Kasim Riau

menyelesaikan penelitian. Semoga Westar Studio Fotografi & Videografi semakin sukses kedepannya.

10. Terimakasih kepada keluarga besar penulis khususnya Kakek Arifin, Bibi Mora, Paman Darisun, Paman Ilyas, Paman Abunawar, Kakak Yati, Kakak Hellen, Kakak Mila, Bibi Ina, Bibi Simar, Paman Anas, dan Paman Ijum yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.

11. Terimakasih kepada Zaki Wahyudi, M. Fernanda, Zulpadri Arrasyid, Aidil Mahendra, Satria Bumartaduri, Huryatul Fikri, Yovi Mahendra, Fikri Wahyudi, Febri Tri Gusnadi, Rivaldi, Dea, Pratiwi, dan Ranti selaku Sahabat yang penulis anggap sebagai saudara sendiri yang selalu membantu, menghibur, dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.

12. Terimakasih kepada sahabat “Atom” Dori, Aldi, Zhulvan, Dimas, Fadly, Wira, Aldo, Ali, Isan, Alfian, Alik, Dika, dan Riski selaku sahabat yang menemani perjalanan penulis selama di bangku perkuliahan dan banyak mensupport penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.

13. Terimakasih kepada Sobat Parlente Wallid, Ryan, Anri, Akmal, Ridho, Gerry, Indah, Rahma, Delia, dan Novita selaku teman seperjuangan yang menemani penulis selama perkuliahan dan banyak menyemangati penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.

14. Terimakasih kepada teman-teman penulis selama di bangku perkuliahan yang banyak memberikan bantuan selama proses perkuliahan berlangsung.

15. Terimakasih orang-orang baik yang penulis temui serta menemani saat penulis membutuhkan bantuan serta arahan motivasi yang tak bisa penulis ucapkan satu persatu dalam menyelesaikan skripsi dan menjalankan perkuliahan ini.

16. Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah bertahan dan berjuang sejauh ini dengan segala rintangan yang ada dihadapan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan, baik dalam penulisan maupun dalam menganalisa permasalahan yang terjadi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga dari berbagai bantuan yang diberikan oleh Allah

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.

SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini dapat membawa mamfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. *Aamin ya Rabbal'alamiin.*

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokaatuh.

Pekanbaru, Juni 2025 Penulis

Muhammad zola NIM.
11840311800



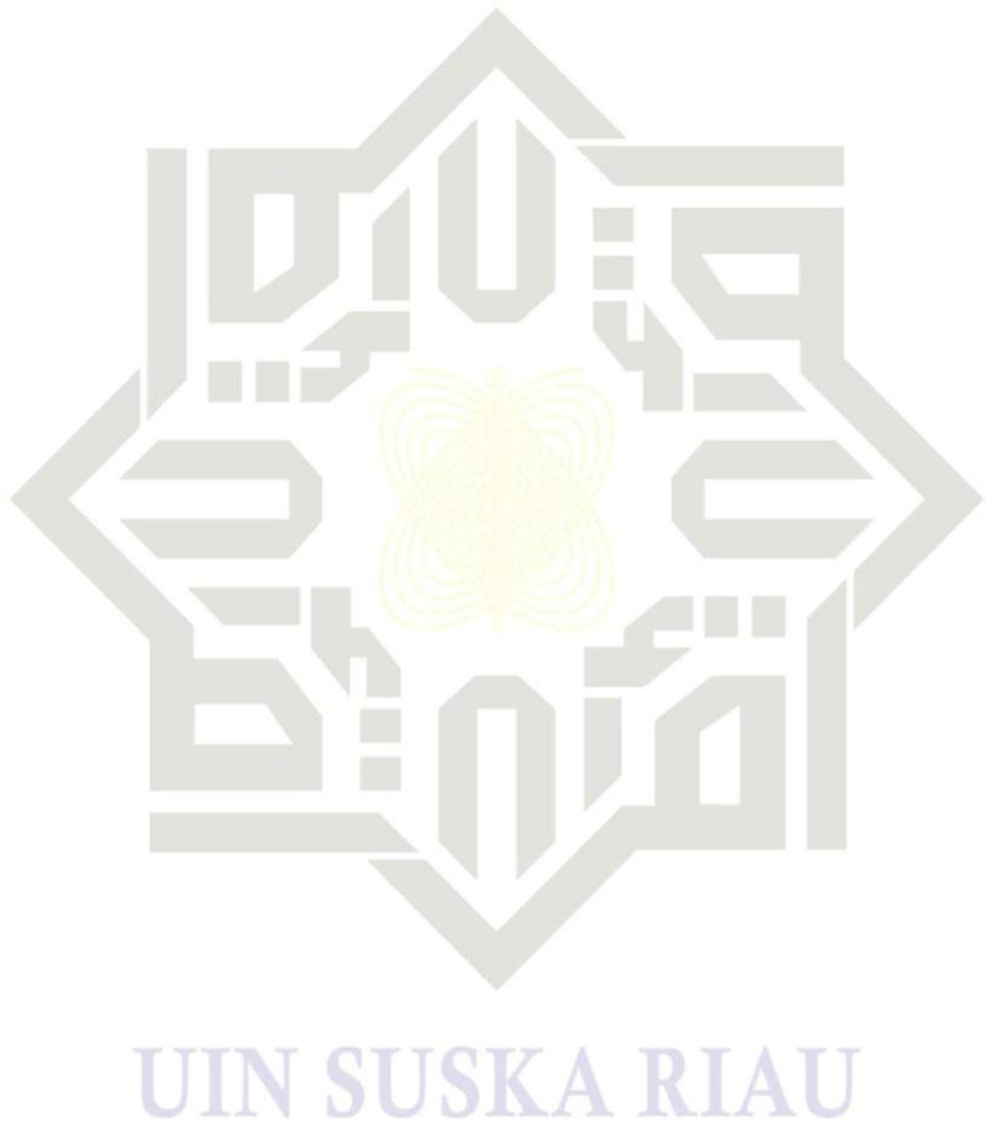
DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	8
A. Kajian Terdahulu.....	8
B. Landasan Teori.....	14
1. New Media.....	14
2. Media sosial.....	18
3. Instagram.....	25
4. Promosi.....	30
5. Teori Ekologi Media.....	31
C. Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis Pendekatan Penelitian.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
1. Lokasi Penelitian.....	34
2. Waktu penelitian.....	34
C. Sumber Data.....	34
1. Data Primer.....	35
2. Data Sekunder.....	35
D. Informan Penelitian.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Observasi.....	36

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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	
2. Wawancara	36
3. Dokumentasi.....	36
F. Validitas Data	36
G. Teknik Analisis Data	37
BAB IV GAMBARAN UMUM	39
A. Sejarah Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru	39
B. Profil Westar Studio Fotografi & Videografi	41
C. Struktur Perusahaan.....	41
D. Spesifikasi Westar Studio Fotografi & Videografi	42
BAB V HASIL PENELITIAN	44
A. Hasil Penelitian.....	44
B. Pembahasan Penelitian	63
BAB VI PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1	Karakteristik Informan Primer	44
Tabel 5. 2	Karakteristik Informan Sekunder (Tambahan)	45



- Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang**
1. Dilarang menjiplak 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1	Unggahan pertama akun Westar Studio Fotografi & Videografi pada tanggal 1 September 2019.....	40
Gambar 4.2	Logo Westar Studio Fotografi & Videografi.....	41
Gambar 4.3	Struktur Perusahaan Westar Studio Fotografi & Videografi	42
Gambar 4.4	Sampel foto wisuda	43
Gambar 4.5	Sampel foto kebersamaan anak SMA.....	43
Gambar 4.6	Sampel foto keluarga	44
Gambar 4.7	Sampel foto anak balita	44
Gambar 4.8	Sampel foto wedding.....	45
Gambar 5.1	Akun Instagram Westar Studio.....	50
Gambar 5.2	Informasi yang ditampilkan di akun instagram Westar Studio	54
Gambar 5.3	Etalase digital visualisasi produk di akun instagram Westar Studio	55
Gambar 5.4	Visualisasi produk foto wisudawan yang diposting di akun Instagram	58
Gambar 5.5	Produk videografi yang diposting di akun Instagram Westar Studio.....	59

UIN SUSKA RIAU

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri kreatif khususnya di bidang fotografi dan videografi, tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini selalu mengabadikan setiap momen dalam hidupnya dalam bentuk foto maupun video. Kini banyak orang mengabadikan momen bersejarahnya lewat foto maupun video, seperti pada saat pernikahan, ulang tahun, kelulusan dan lain-lain. Hal ini disebabkan, industri kreatif saat ini menjadi salah satu kekuatan dari banyaknya industri yang berkembang di Indonesia.

Persaingan yang ketat di bidang fotografi dan videografi harus memiliki cara-cara untuk membedakan dirinya dengan yang lain. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan promosi yaitu melakukan pembentukan karakter atau keahlian yang baik di mata masyarakat. Maka kini banyak usaha pada fotografi dan videografi yang melakukan promosi sesuai dengan tujuan dan passionnya di bidang fotografi dan videografi.

Saat ini kegiatan promosi merupakan salah satu fokus program yang dilakukan oleh Westar Studio Fotografi & Videografi sebagai penyedia jasa bidang fotografi dan videografi. Tujuan promosi yang dilakukan oleh Westar Studio Fotografi & Videografi melalui Media Sosial Instagram adalah untuk memperkenalkan jasa fotografi dan videografi yang ada di Westar Studio Fotografi & Videografi kepada masyarakat, mendorong minat masyarakat agar menggunakan jasa Westar Studio Fotografi & Videografi, menambah jumlah pelanggan dan mempertahankan serta menguatkan eksistensi dari Westar Studio Fotografi & Videografi.

Promosi bukan hanya kegiatan seperti menjual atau mempromosikan sesuatu, namun juga sebagai sebuah konsep yang menyangkut sikap mental, yang tidak selalu menjual benda tetapi juga menjual gagasan-gagasan, karier, tempat, jasa, bahkan hiburan dan nirlaba lainnya (Morissan, 2010, hlm. 2). Promosi yang dilakukan Westar Studio Fotografi & Videografi merupakan sebuah upaya untuk memperkenalkan produknya hingga produk tersebut dapat dikenal, diakui, dan digunakan oleh khalayak. Dalam promosi sebuah usaha dituntut untuk dapat mengidentifikasi

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.

sesuatu yang dimilikinya (barang atau jasa) dengan cara membuat sebuah rancangan yang dapat membedakannya dengan orang lain. Diantara banyak nya pendatang baru pada bidang fotografi dan videografi, ciri khas adalah salah satu poin penting yang dapat membedakan dirinya dengan yang lain. Westar Studio Fotografi & Videografi melakukan promosi pada jasa fotografi dan videografinya dengan memanfaatkan Instagram.

Promosi yang dapat dilakukan juga oleh Westar Studio Fotografi & Videografi diantaranya melalui pembuatan karya. Karya yang ditampilkan dalam proses promosi yang dilakukan oleh Westar Studi Fotografi & Videografi merupakan upaya untuk menunjukkan kemampuan, keunggulan, atau spesialisasi dibidang jasa fotografi dan videografi yang lebih dibandingkan dengan yang lain. Karya para fotografer dan videografer Westar Studio Fotografi & Videografi tersebut yang kemudian sebagai alat untuk promosi jasa apa yang dihasilkannya.

Promosi kini menjadi aspek penting yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha. Hal ini dikarenakan promosi tidak hanya bermanfaat bagi terciptanya relasi dan lancarnya proses berkomunikasi seseorang, namun juga berpengaruh dalam rangka memperoleh kebahagiaan dalam hidup dan juga kesuksesan. Melalui promosi, Westar Studio Fotografi & Videografi dapat mempengaruhi orang lain agar memiliki persepsi dan pandangan yang positif terhadap karakter, kepribadian, kemampuan, penamilaan dan bahkan penawaran yang disampaikan oleh jasa ini.

Seiring berjalannya waktu, dan diikuti kemajuan teknologi, dalam melakukan promosi dapat dilakukan di media-media baru. Hadirnya media baru dapat dirasakan oleh setiap orang dalam bentuk sebuah perangkat keras, yang bisa digenggam dan digunakan kapanpun dan dimanapun. Salah satu media sosial yang saat ini banyak diminati oleh banyak orang adalah instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, mengupload video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaringan sosial (Agustina, 2010, hlm. 412).

Tanpa disadari sebenarnya setiap orang bahkan seorang pekerja sekalipun telah memanfaatkan media sosial instagram, salah satunya sebagai alat untuk membentuk branding mereka. Karena promosi yang dilakukan media sosial adalah sebuah upaya

guna menampilkan informasi, pesan, dan kesan melalui aktivitas yang dilakukan di media sosial tersebut. Artinya, apapun yang dibagikan seseorang di media sosialnya merupakan cara untuk membentuk brandingnya sendiri.

Dengan memanfaatkan media sosial Instagram ini sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan mereka yang fungsinya selain untuk mendukung identitas diri mereka, juga untuk membangun kontak sosial dengan orang disekitarnya. Hadirnya media sosial instagram juga dirasa sangat menguntungkan Westar Studio Fotografi & Videografi, karena media ini sangat mempermudah untuk melakukan promosi yang diinginkannya. Westar Studio Fotografi & Videografi memanfaatkan media sosial Instagram sebagai tempat promosi, dengan mengunggah karya-karya nya dengan menyertakan *caption* dan *hashtag* yang ada pada unggahan tersebut agar dapat dilihat oleh khalayak ramai. Dalam promosi Westar Studio Fotografi & Videografi lebih aktif mempromosikan jasanya melalui akun Instagram Westar Studio Fotografi & Videografi dibanding pemanfaatan media sosial lainnya.

Setiap usaha pasti memiliki media promosi masing-masing. Promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk atau jasa. Dengan promosi, maka produk akan lebih mudah dikenal masyarakat dan mudah dicapai oleh target konsumen. Oleh karena itu, promosi penting bagi perkembangan sebuah usaha. Tidak ada usaha yang sukses tanpa melakukan promosi. Dalam hal ini Westar Studio Fotografi & Videografi memanfaatkan Instagram sebagai media promosi untuk jasanya. Pada era saat ini,, jika pelaksanaan promosi yang dilakukan melalui media konvensional maka Westar Studio Fotografi & Videografi kurang dikenal oleh masyarakat serta penggunaan media konvensional kurang efektif dan efisien dalam promosi serta membutuhkan waktu yang lama dan anggaran yang cukup banyak. Untuk itu, Westar Studio Fotografi & Videografi memanfaatkan media sosial Instagram. Dalam hal ini Westar Studio Fotografi & Videografi melihat banyaknya pengguna media sosial instagram oleh masyarakat. Untuk itu perlu sebuah pemilihan media yang kemudian dimanfaatkan sebagai promosi, pemilihan media disesuaikan dengan keadaan masyarakat. McLuhan mengungkapkan penggunaan teknologi media telah mengubah paradigma kehidupan baru secara drastis ditengah masyarakat. Karena masyarakat sudah sangat bergantung pada teknologi media dan tatanan masyarakat

menggunakan teknologi media (West & Turner, 2010, hlm. 182).

Melalui instagram, setiap orang dapat menggunakan komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan bahkan komunikasi massa. Komunikasi intrapersonal terjadi ketika pengguna instagram bisa saling berkomentar pada postingan foto maupun video. Sedangkan komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok dapat terjadi ketika seseorang mengupload instagram *stories*.

Pemanfaatan media sosial instagram untuk mempertahankan eksistensi dalam persaingan bidang fotografi dan videografi yang saat ini dipandang pasar yang sangat potensial dalam usaha mempromosikan jasa secara luas. Westar Studio Fotografi & Videografi memahami hal tersebut dengan kejelian dalam memanfaatkan sebuah kesempatan yang ada, karena di Pekanbaru banyak masyarakat yang menggunakan instagram.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi oleh Westar Studio Fotografi & Videografi, serta kelebihan dan kekurangan dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi. Maka dari itu peneliti mengambil judul tentang **“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru”**. Sebagai judul yang akan peneliti lakukan.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap penelitian, berikut adalah penegasan istilahnya :

1. Pemanfaatan

Pengertian pemanfaatan adalah turunan dari kata “manfaat”, yaitu suatu perolehan atau pemakaian hal-hal yang berguna baik dipergunakan secara langsung maupun tidak langsung agar bermanfaat.

2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, mengupload video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaringan sosial (Agustina, 2010, hlm. 412).

3. Westar Studio Fotografi & Videografi

Westar Studio Fotografi & Videografi adalah sebuah layanan jasa fotografi dan videografi yang ada di km 2 jl garuda sakti, kec Tampan Pekanbaru.

4. Media Promosi

Media adalah sarana atau perantara yang digunakan dalam melakukan sosialisasi atau interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat, memberikan penjelasan, suatu informasi. Terdapat dua jenis media yaitu media cetak dan online. Media cetak adalah sarana yang digunakan dalam memberikan informasi berupa dicetak. Salah satu media cetak ialah brosur, pada brosur menampilkan sebuah penjelasan yang berupa tulisan, gambar, ataupun gambar dan tulisan yang menjelaskan pesan dari gambar tersebut. Sedangkan media online adalah sarana yang penggunaannya melalui internet yang mana dalam menyampaikan informasi atau pesan yang ditampilkan pada sebuah media sosial, web, dan sebagainya. Pada media sosial dalam informasi atau pesan yang disampaikan tidak hanya berupa gambar dan tulisan tetapi bisa juga menampilkan video.

Promosi merupakan salah satu cara memperkenalkan produk atau jasa oleh pelaku usaha. Dengan promosi, maka produk atau jasa akan lebih dikenal masyarakat dan mudah mencapai target konsumen (Rahmawati, 2016, hlm. 9). Promosi merupakan bagian dari bauran suatu pemasaran yang juga memiliki fungsi yang harus diterapkan di suatu perusahaan, dengan tujuan untuk mencari sebuah keuntungan atau hanya sekedar untuk mempertahankan eksistensi dari perusahaan tersebut (Kurniawan, 2019, hlm. 122).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti mengangkat rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana Westar Studio Fotografi & Videografi memanfaatkan Instagram, sebagai media promosi online dalam upaya meningkatkan penjualan jasanya?
2. Apa kelebihan dan kekurangan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media promosi untuk jasanya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pemanfaatan Instagram oleh Westar Studio Fotografi & Videografi sebagai media promosi untuk jasa fotografi dan videografinya.
2. Menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari pemanfaatan Instagram sebagai media promosi oleh Westar Studio Fotografi & Videografi.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada jasa fotografi umumnya dan Westar Studio Fotografi & Videografi khususnya dalam kegiatan promosi yang dilakukan pada media sosial Instagram. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atau sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi online untuk referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya.
2. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan serta masukan bagi pelaku usaha di dalam memanfaatkan teknologi informasi media sosial Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka dan juga sebagai media untuk memberikan informasi secara luas kepada khalayak yang lebih tidak terbatas.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca memahami isi skripsi secara keseluruhan, berikut sistematika penulisan skripsi yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjabarkan teori, kajian terdahulu dan kerangka berfikir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data atau informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan Teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini penulis menerangkan tentang Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi untuk jasa fotografi, videografi dan juga pas foto.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

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

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu merupakan kajian yang digunakan sebagai perbandingan guna menghindari manipulasi terhadap sebuah karya tulis ilmiah dan menguatkan bahwa penelitian yang penulis lakukan benar-benar belum pernah dilakukan orang lain.

1. Jurnal karya Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni, dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)”**. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh Happy Go Lucky House dalam akun media sosial instagram, dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang membuat instagram dipilih sebagai media promosi yang aktif. Hasil penelitian ini banyak kegiatan promosi yang dilakukan oleh Happy Go Lucky House. Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan pada akun instagram @hglhouse yaitu berupa ads instagram, potongan harga, giveaway, mengunggah ulang testimony konsumen pada instastory, kumpulan foto pada feed instagram, mencantumkan nomor telepon, alamat email, petunjuk arah dan alamat website pada profil instagram dan juga adanya sesi yang memperlihatkan produk-produk baru yang disebut dengan *unboxing time*. Dalam kegiatan promosi tersebut, Happy Go Lucky House ingin dikenal sebagai pelaku bisnis dengan karakter yang ceria dan penuh warna. Karakter tersebut didukung oleh konten yang selalu menggunakan background foto warna-warni, properti menarik dan juga kalimat positif yang selalu dicantumkan pada setiap unggahan, serta dalam pemilihan media sosial instagram sebagai media promosi yang aktif didasari dengan alasan bahwa instagram memiliki kepraktisan dan memberikan manfaat terhadap penjualan yaitu hanya dengan mengunggah foto maupun video produk ke akun instagram, kemudian foto tersebut dilihat oleh konsumen dan konsumen tertarik untuk membeli. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaan penelitian ini ialah pada objek dan penggunaan metode deskriptif kualitatif (Puspitarini & Nuraeni, 2019, hlm. 71-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- 80).
2. Jurnal karya Rita Herlina, Muthia Alfianty, dan Yulia Sariawaty S, dengan judul **“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Wedding Photography Nesnumoto Bandung”**. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan studi deskriptif. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengkaji faktor yang melatarbelakangi fotografer dan videografer dalam memanfaatkan instagram, mengetahui strategi komunikasi pemasaran fotografer dan videografer, dan penyusunan konsep karya foto atau video yang disajikan di instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para fotografer dan videografer memanfaatkan instagram sebagai media komunikasi pemasaran dengan menjadikannya sebagai tempat *sharing* karya dan tempat portofolio, kemudian fotografer dan videografer menjadikan karya sebagai alat untuk memasarkan diri dan keahliannya. Selain itu, fotografer dan videografer memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia untuk mempermudah pemasarannya. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek sedangkan persamaannya terletak pada objek dan jenis penelitian deskriptif kualitatif (Herlina & Alfianty, 2020).
3. Jurnal karya Lia Herliani, dengan judul **“Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)”**. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif dengan pendekatan analisis data kualitatif. Penelitian ini menggunakan model konvergensi Kincaid sebagai *Grand Theory*. Dimana informasi yang disajikan dapat dipahami, diinterpretasikan dan dirasakan oleh individu. Komunikasi pada model ini dipandang sebagai sebuah proses dari satu peristiwa. Model ini menekankan pertukaran informasi dan jaringan yang ada antar individu. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat situs jejaring sosial Facebook dimanfaatkan dengan maksimal dan interaktif karena adanya timbal balik informasi atau komunikasi dua arah yang terjadi antara pelanggan dan anggota BUSAM, namun dalam kegiatan pemanfaatannya masih mengalami kendala dalam hal sumber daya manusia. Perbedaan pada penelitian ini terletak subjeknya, sedangkan persamaannya ada pada objek dan jenis penelitian deskriptif kualitatif (Herlina, 2017, hlm. 212-

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.

- 224).
4. Jurnal karya Angga Rickyawan dengan judul **“Pemanfaatan Akun Instagram @Jktfoodbang Sebagai Media Penyampaian Pesan Tentang Kuliner Di Jakarta”**. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui cara penggunaan akun instagram @jktfoodbang dengan menggunakan media sosial sebagai referensi kuliner di Jakarta. Teori penelitian ini ialah menggunakan teknologi ekologi media, yang memiliki tiga asumsi teoritis, yaitu bahwa media mempengaruhi setiap tindakan dalam masyarakat, media meningkatkan persepsi kita dan mengelola pengalaman kita, dan media mengikat dunia bersama. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dan observasi. Subjek penelitian ini adalah pengikut dari akun instagram @jktfoodbang. Objek penelitian ini ialah akun instagram @jktfoodbang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah penelitian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan penggunaan akun instagram @jktfoodbang sebagai penyampai pesan kuliner di Jakarta. Dan diharapkan memberi wawasan dan menjadi masukan atau referensi bagi pengguna terkait media sosial instagram tentang kuliner di Jakarta melalui akun instagram @jktfoodbang. Untuk persamaan pada penelitian ini pada jenis penelitian kualitatif dan teori yang digunakan pada penelitian yaitu teori ekologi media dan juga pada objeknya, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek penelitian (Ricky, 2020).
 5. Jurnal karya Steven dan Muhammad Adi Pribadi dengan judul **“Ekologi Media pada Generasi Z (Studi Kasus Penggunaan Instagram Mahasiswa Universitas di Jakarta Barat)”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana ekologi media dari mahasiswa yang berkuliah di universitas di Jakarta Barat dengan berfokus pada kebiasaan menggunakan media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan teori ekologi media dan media sosial. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif dengan metode studi kasus. Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara mendalam dengan delapan orang narasumber yang merupakan mahasiswa dan mahasiswi dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah menemukan bahwa asumsi ekologi

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

- media dari McLuhan masih berlaku hingga saat ini. Pengaruh dari instagram pada anak muda dan mahasiswa di universitas masih sangat besar karena selain memanfaatkan instagram untuk berinteraksi dengan orang lain, hiburan, mahasiswa juga menggunakan instagram sebagai sumber informasi dominan. Untuk persamaan dari penelitian ini terletak pada penggunaan teori ekologi media, pendekatan kualitatif serta pada objeknya, sedangkan untuk perbedaannya adalah pada subjek penelitian (Steven & Pribadi, 2022, hlm. 49-54).
6. Jurnal karya Nurjanah, dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Masyarakat Sadar Wisata Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Baru”**. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah di Kecamatan Bantan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah Kecamatan Bantan dapat berjalan dengan menggunakan berbagai media sosial melalui tahapan yaitu komunikator, pesan, media dan komunikan. Pemanfaatan media sosial banyak ditemui melalui facebook, instagram, whatsapp. Pemanfaatan media sosial tersebut banyak manfaat dan keuntungan bagi masyarakat dalam mempromosikan potensi wisata baru di daerah yang belum dikenal luas. Manfaatnya antara lain dapat dengan mudah menyebarkan informasi daerah wisata, informasi perjalanan, dan dapat menarik minat pengguna lainnya yang lebih banyak didukung oleh penggunaan fitur-fitur pemilik media sosial tersebut. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan objek penelitian, sedangkan persamaannya pada metode penelitian kualitatif (Nurjanah, 2018, hlm. 39-50).
 7. Jurnal karya Gerry Yudistira Wijaya dan Denik Iswardani Witarti dengan judul **“Strategi Star Radio Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Mempertahankan Audience Di Era Digital”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh Star Radio khususnya tim dari tim digital Instagram dan Youtube dalam menarik minat penonton. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini ialah produser digital instagram dan youtube. Pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini menggunakan media *Convergence*

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

- Herry Jenkins yang melihat sebuah fenomena perubahan budaya masyarakat dalam mengonsumsi arus informasi di media, memaksa perusahaan media harus konvergen menggunakan media sosial Instagram dan Youtube sebagai jawaban mereka. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa ternyata Star Radio sebagai media konvensional Perusahaan kini memanfaatkan media baru Instagram dan Youtube sebagai upaya untuk mempertahankan audiens di era digital ini pada umumnya dilakukan dengan cara menghubungkan konten di udara ke bentuk lain di *digital platform* instgaram dan youtube, membangun keterlibatan dengan audiens untuk mengundang *influencer* di upaya untuk menarik minat penonton. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan objek penelitian, sedangkan persamaannya terletak pada metode penelitian deskriptif kualitatif (Wijaya & Witarti, 2020).
8. Jurnal karya Arif Siaha Widodo dengan judul **“Peran Internet Dalam Meningkatkan Jumlah Pekerja Lepas di Indonesia”**. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran serta kontribusi internet dalam bidang jasa. Penelitian difokuskan kepada pekerja lepas (*freelancer*) yang tergabung dalam Projects.co.id, *marketplace* yang mempertemukan pihak pencari jasa dengan para *freelancer*. Penelitian ini ialah penelitian deskriptif kualitatif. Menggunakan metode studi kasus, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan (1) Projetcs.co.id merupakan medium bagi *freelancer* diseluruh Indonesia untuk berkomunikasi dengan pemberi kerja, (2) Projetcs.co.id ikut merubah persepsi *freelancer* terkait persepsi mereka sebagai pekerja lepas, (3) Pesatnya perkembangan internet mengubah bagaimana *freelancer* dan pemberi kerja dalam bertemu dan bertransaksi (*cross border transaction*) yang sudah tidak lagi terkendala jarak geografis. Persamaan pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan penggunaan teori ekologi media dalam penelitian, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian (Widodo, 2019, hlm. 191-202).
 9. Jurnal karya Ita Suryani dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Sosial Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat”**.

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui uraian secara lengkap dan mendalam mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dalam upaya mendukung ASEAN Community 2015 yang dilakukan oleh Kemenparekraf dan Disparbud. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini ialah akun media sosial milik Kementerian Pariwisata dan Budaya Provinsi Jawa Barat. Data-data yang digunakan dalam pembahasan penelitian ini yaitu data secara studi pustaka diperoleh dari beberapa sumber buku dan sumber lainnya seperti internet yang relevan dengan pembahasan dan data dari laman facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat dan twitter @Kemenparekraf. Hasil pembahasan pada penelitian ini yaitu bahwa kreatif (Kemenparekraf RI) dan Dinas Pariwisata dan Budaya Provinsi Jawa Barat yang memanfaatkan media sosial facebook dan twitter dalam memperkenalkan produk dan potensi budayanya. Dengan adanya pemanfaatan media sosial dalam memasarkan dan memperkenalkan produk serta potensi lokal yang ada disekitar, maka diharapkan negara Indonesia dapat mendukung ASEAN Community 2015 oleh rakyat dan untuk rakyat. Perbedaan pada penelitian ini adalah pada subjek dan objek penelitian, sedangkan persamaannya adalah penggunaan jenis penelitian deskriptif kualitatif (Suryani, 2014, hlm. 123-138).

10. Jurnal karya Diana Fitri Kusuma dan Muhammad Syahriar Sugandi dengan judul **“Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts”**. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara mendalam dengan narasumber, studi literatur dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa perencanaan pemanfaatan instagram yang Dino Donuts lakukan adalah dengan menganalisis masalah, menganalisis khalayak, menentukan tujuan, pemilihan media dan saluran komunikasi, dan mengembangkan rencana atau kegiatan untuk pencapaian tujuan. Pelaksanaan pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang

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.

dilakukan oleh Dino Donuts adalah dengan memanfaatkan fitur *photos* dan *videos*, *comment*, *caption*, *location*, *hashtag*, *tagging* serta *instagram ads* untuk media sosial *maintenance*, juga *followers* dan *like* untuk media sosial *endorsement*. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan objek penelitian sedangkan untuk persamaanya ada pada metode penelitian deskriptif kualitatif (Kusuma & Sugandi, 2019, hlm. 18).

Landasan Teori

1. New Media

Dalam konteks kekinian media komunikasi menjadi sangat beragam, praktis dan efisien. Seperti media baru atau *new media* merupakan perangkat teknologi komunikasi yang dapat digunakan atau dimanfaatkan kapan saja dan dimana saja dengan ciri digital dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Sebagaimana kita lihat media baru sangat beragam dan tidak mudah didefinisikan, tetapi kita tertarik melihat media baru pada penerapannya yang dalam berbagai wilayah memasuki ranah komunikasi. Media baru atau internet yang dapat dimanfaatkan melalui media sosial *facebook*, *instagram*, *twitter* dan aplikasi-aplikasi media sosial lainnya memiliki ciri sebagai berikut. Pertama, internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi juga dapat disamakan dengan pengolahan, pertukaran dan penyimpanan. Kedua, media baru merupakan lembaga komunikasi publik dan juga privat dan diatur dengan layak. Ketiga, kinerja mereka tidak seteratur sebagaimana media massa yang profesional dan birokratis. Hubungan media baur dengan media massa menekankan fakta bahwa penyebarannya yang luas secara prinsip tersedia untuk semua jenis komunikasi, setidaknya bebas dari kontrol (McQuail, 2011, hlm. 150).

New media atau media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Rosseler mengemukakan bahwasanya secara umum, media baru telah disambut (juga oleh media lama) dengan ketertarikan yang kuat, positif dan bahkan pengharapan serta perkiraan yang bersifat euforia, serta perkiraan yang berlebihan mengenai signifikansi mereka (McQuail, 2011, hlm. 148).

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.

Penanda munculnya media baru itu bisa dilihat dari munculnya *cybermedia* atau *new media* koneksi antar jaringan melalui komputer atau lebih populer disebut dengan internet. Kehadiran internet dan media sosial memberikan informasi sebagai sesuatu yang mudah di cari dan terbuka. Sehingga khalayak bisa mengakses informasi yang diperlukan kapan saja melalui perangkat apapun. Menurut McQuail, lima kategori utama media baru yang memiliki kesamaan saluran tertentu dan kurang lebih dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan koneksi, adalah berikut ini (McQuail, 2011, hlm. 156-157).

- 1) Media komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication media*). Meliputi telepon dan surat elektronik (terutama untuk mempekerjakan tetapi menjadi semakin personal).
- 2) Media permainan interaktif (*interactive play media*). Media ini terutama berbasis komputer dan *video game*, ditambah peralatan realitas virtual.
- 3) Media pencarian informasi (*information search media*). Ini adalah kategori yang luas, tetapi internet atau WWW merupakan contoh yang paling penting, dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktualisasi, dan aksibilitasnya belum pernah ada sebelumnya.
- 4) Media partisipasi kolektif (*collective participatory media*). Kategorinya khusus meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan dan pengalaman, serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif (yang diperantarai komputer). Menurut Baym dan McQuail situs jejaring sosial termasuk didalam kelompok ini.
- 5) Substitusi media penyiaran (*substitution of broadcasting media*). Acuan utamanya ialah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang dimasa lalu biasanya disiarkan atau disebarkan dengan metode lain yang serupa.

Media baru merupakan bagian dari teknologi komunikasi. Namun, dalam berbagai diskursus tentang media baru, terdapat pertanyaan, bagaimana beberapa media dapat dikategorikan sebagai suatu media yang baru. Pada beberapa tahun silam, telepon seluler merupakan salah satu media baru. Namun, seiring berjalannya waktu, media baru bukanlah terbentuk dari perubahan fisik suatu media yang telah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

lama digunakan, melainkan perubahan mengenai cara bagaimana penyaluran dan penyimpanan data dilakukan. Internet menjadi salah satu media signifikan yang dapat dikategorikan sebagai media baru. Internet merupakan jaringan elektronik yang dapat menghubungkan penduduk dunia dengan informasi melalui berbagai perangkat. Informasi tersebut pun bentuknya beragam, mulai dari data teks, foto, suara hingga video.

New media telah membuat bentuk komunikasi massa mengalami perubahan. Ada enam perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru (McQuail, 2011, hlm. 153).

- 1) Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media
- 2) Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat
- 3) Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima
- 4) Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak
- 5) Munculnya beragam bentuk baru pintu (*gateway*) media
- 6) Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media

Media merupakan saluran utama sekaligus sarana untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi. Media massa kini tidak hanya didominasi oleh media cetak dan elektronik yang biasa kita sebut dengan media konvensional, karena media massa sudah menjadi sarana bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi dan seiring kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dunia media dengan sangat jelas revolusi media ke ranah digital telah melahirkan media internet sebagai media baru. Dalam media baru, siapapun bisa menjadi produsen sekaligus konsumen informasi. Perkembangan sangat terlihat saat adanya internet. Dengan adanya internet, membuat era baru yang disebut era digital. Era digital banyak menggiring manusia untuk mengandalkan banyak pekerjaan kepada internet karena memiliki banyak kemudahan serta sekaligus membuat manusia menjadi ketergantungan (Wijaya & Witarti, 2020, hlm. 1). Media sosial merupakan bagian dari media baru yaitu alat atau sarana untuk bertukar informasi dengan menggunakan teknologi internet.

Lister, Dovey, Giddings, Grant dan Kelly, menyatakan terdapat enam karakteristik media baru, yaitu : (Lister, Dovey, Gidding, Grant & Kelly, 2009,

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

hlm. 138).

Digital, semua data diubah menjadi angka dalam proses media digital. Dalam hal ini media komunikasi dan representasi biasanya berbentuk grafik, gambar bergerak yang direkam, dan foto. Data yang telah diolah menjadi angka, kemudai diproses dan disimpan dalam bentuk sumber online, disk digital atau drive memori yang akan diterjemahkan dan diterima sebagai tampilan layar, dikirim lagi melalui telekomunikasi, jaringan atau output seperti hard copy.

Interaktifitas, merupakan salah satu karakteristik utama atau nilai dari media baru. Dimana media konvensional menawarkan konsumsi pasif, media baru menawarkan konsumsi secara lebih aktif. Media baru dapat dimiliki semua orang dengan mudah dan hanya memerlukan jaringan internet.

Hypertextual, adalah memasukkan kembali setiap informasi yang terdapat di media lama ke dalam media baru dengan tampilan yang disesuaikan dengan tampilan media baru. Hal ini digunakan sebagai database informasi yang terdapat di media baru tetap ada di media lama.

- d. Jaringan, dapat diartikan bahwa di dalam media baru terdapat beberapa jaringan yang bertujuan mempermudah konsumen memperluas partisipasi mereka. Jaringan tersebut antara lain *World Wide Web (www)*, situs media sosial, situs web blog, forum online, situs web edukasi dan sebagainya.

Virtual, sifat maya dan mewujudkan dunia virtual yang diciptakan oleh keterlibatan grafik komputer dan video digital. Virtual juga berfungsi sebagai identitas *postmodern*, seni, hiburan, konsumen dan budaya visual.

Simulasi, berarti menirukan beberapa dari media lama yang masih dapat digunakan di dalam media baru. Pengguna media baru juga dapat meniru informasi apa yang mereka dapat di dalam media baru ke dunia nyata yang mana hal tersebut dapat mempengaruhi hidupnya.

Media baru merupakan istilah yang dipakai untuk semua bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi komunikasi dan teknologi informasi. Media baru yang memiliki ciri tersebut adalah internet, internet adalah jaringan kabel dan telepon dan satelit yang menghubungkan komputer (Vivian, 2008, hlm. 63). Internet telah mengubah cara orang dalam berkomunikasi, cara mendapatkan

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

berita dan informasi, serta cara membaca berita di media cetak, melihat gambar di majalah, mendengar radio dan menonton program televisi. Sebenarnya, pada intinya media baru tidak mengubah mekanisme kerja para professional yang bekerja pada media massa, namun yang berubah hanya dalam penyampai pesan yang sudah menggunakan digitalisasi (Gumelar, 2013, hlm. 8).

Media baru merupakan sebuah sebutan untuk menjelaskan konvergensi antar teknologi komunikasi digital yang berkomputerisasi serta terhubung kedalam jaringan (Suchya, 2013, hlm. 12).

2. Media sosial

Media sosial ialah media yang bentuk komunikasinya berbasis internet. Ron Jones menjelaskan bahwa media sosial masuk kedalam kategori media online dimana orang-orang berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan ditandai dengan aktivitas online. Sebagian besar media sosial mendorong pengguna untuk bertukar pikiran, memberikan umpan balik, *voting*, komentar dan berbagi informasi sesuai dengan minatnya masing-masing (Kurniasih & Hum, 2013, hlm. 2). Masih ada banyak jenis media sosial, termasuk blog, micro-blog, wiki, situs jejaring sosial, situs berbagi foto, pesan instan, situs berbagi video, *podcast*, *widget*, dunia virtual, dan banyak lagi. Media sosial telah berhasil mengubah tatanan hidup manusia, bisa memutar balikkan, dan menyajikan pemikiran yang baru mengenai cara berkomunikasi. Banyak model komunikasi melebur dalam satu wadah dengan kehadiran media sosial yang memiliki konsekuensi yang harus diwaspadai, mengingat media sosial semakin membuka kesempatan tiap individu untuk terlibat di dalamnya dan bebas mengeluarkan pendapatnya. Akan tetapi kendali pada diri harus juga dimiliki, agar kebebasan yang dimiliki juga tidak melanggar batasan dan tidak menyinggung pihak lain (Watie, 2016, hlm. 70).

Media sosial merupakan media yang dibentuk agar memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke *media social dialogue* (banyak audiens ke banyak audiens) (Kurniawan, 2017, hlm. 220). Mandibergh mengungkapkan bahwa media sosial ialah media yang memfasilitasi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan

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.

konten (*user-generated content*). Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one- to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada batas individu (Sari, 2017, hlm. 5).

Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial menurut nasrullah, sebagai salah satu platform yang muncul di media cyber, memiliki karakter sebagai berikut: (Nasrullah, 2016, hlm. 15-28).

1) Jaringan (*Network*)

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk didalam jaringan atau internet. Karakteristik media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna itu saling mengenal atau tidak, namun dengan kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan menimbulkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam ciri-ciri sosial.

2) Informasi (*Information*)

Informasi menjadi identitas yang penting dari media sosial. Karena itu untuk melihat karakter informasi di media sosial bisa dilihat dari dua segi. Pertama, media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Dari sisi institusi, media sosial dibuat berdasarkan informasi yang dikodekan (*encoding*) yang kemudian didistribusikan melalui perangkat sampai terakses ke pengguna (*decoding*). Dari sisi pengguna, informasi menjadi landasan pengguna untuk saling berinteraksi dan membentuk masyarakat berjejaring di internet. Kedua, informasi menjadi komunitas yang ada di media sosial. Setiap orang yang ingin masuk ke media sosial harus menyertakan informasi pribadinya, terlepas dari data itu asli atau di buat-buat untuk memiliki akun dan akses.

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) Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat di akses kapanpun dan bisa diakses melalui perangkat apapun. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi berhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Karakter berdasarkan dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi harus juga dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda *love (like)* di Instagram.

5) Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Di media sosial, interaksi yang ada menggambarkan bahkan mirip realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Misalnya, di media sosial identitas menjadi cari dan bisa diubah-ubah. Perangkat di media sosial memungkinkan siapapun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya seperti pertukaran identitas jenis kelamin, hingga perkawinan sampai pada foto profil.

6) Konten oleh pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna. Trend ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

Jenis-Jenis Media Sosial

Ada enam jenis media sosial, yaitu: (Nasrullah, 2016, hlm. 39).

1) *Social Networking* atau Jaringan Sosial

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk

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.

melaksanakan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu pengguna membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial instagram dan facebook.

2) *Blog*

Blog ialah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi dan sebagainya.

3) *Microblogging*

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya twitter yang hanya menyediakan ruang kurang dari 200 karakter.

4) *Media sharing*

Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, foto, video, audio secara online. Contoh, dari media sosial ini yaitu *Youtube, Flickr, Photobucket* dan juga *Snapfish*.

5) *Social Bookmarking*

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengolah dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs sosial bookmarking yang populer yaitu *Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com*, dan untuk di Indonesia sendiri yaitu *LintasMe*.

6) *Wiki*

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna, setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.

Dalam teknologi komunikasi berbasis media sosial, perlu dikembangkan pendekatan komunikasi yang mensyaratkan beberapa hal seperti tertuang

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.

berikut ini: (Hendroyono, 2012, hlm. 186).

- a. *Transparent*, dimana semua orang dapat mengakses dan semuanya terdokumentasi digital,
- b. *Authentic*, di mana didalamnya mengandung keunikan, karena ide yang dituangkan belum pernah ada sebelumnya,
- c. *Genuine*, tidak dibuat-buat,
- d. *Sincere*, dimaknai sebagai kejujuran yang terkandung dari pesan yang disebarluaskan.

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara Virtual (Nasrullah, 2016, hlm. 11). Selaras dengan apa yang dikemukakan oleh Nasrullah dapat disimpulkan bahwasanya dengan media sosial, pengguna dapat saling berkomunikasi dan saling berbagi informasi dengan siapa saja dan dapat dilakukan dimana saja tanpa ada batasan. Dengan media sosial, siapapun bisa terhubung dengan para pengguna media sosial lainnya diseluruh dunia tanpa ada aspek geografis yang membatasi.

Media sosial akan membentuk pola komunikasi yang menjanjikan dengan adanya interaksi yang lebih intensif. Dalam media sosial, *followers* atau pengikut dari suatu akun dengan bebas mengekspresikan apa saja yang ingin diungkapkan. Ruang media sosial sepenuhnya dapat dikendalikan oleh *followers*, itulah sebabnya mengapa kedekatan (*engagement*) dapat terwujud, sebab kedekatan sudah tidak lagi berjarak dengan adanya interaksi timbal balik untuk memenuhi kebutuhan *followers* (Suryani, 2014, hlm. 129).

Media sosial sebagai media komunikasi dengan jangkauan yang luas, kemudahan penggunaan, dan biaya yang relatif murah. Selain itu, dapat memperluas pertemanan, terhubung dengan teman lama maupun mencari pertemanan baru dengan mudah. Bertukar informasi ataupun data, seperti foto dan video dengan mudah dan cepat serta sebagai ajang promosi dengan jangkauan yang lebih luas, mudah, murah, namun terfokus, seperti memperkenalkan produk atau jasa kepada khalayak ramai melalui Instagram, Facebook, dan lain-lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

(Pamungkas, 2019, hlm. 5-6). Media sosial mulai berkibar dan disenangi banyak orang mengingat fiturnya sangat menarik. Media sosial ialah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi.

Ada beragam jenis media sosial seperti facebook, instagram, path, youtube, dan masih banyak lagi (Dhamayanti & Ronaningrum, 2017, hlm. 7)

Media sosial memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan media terhadulu yaitu sebagai media berbagi aktifitas, media berbagi penngetahuan, media untuk memperluas jejaring dan komunitas dan media penyebaran informasi. Aktivitas online dapat dilakukan melalui media sosial dengan mengirimkan pesan-pesan atau *feedback* dengan menggunakan kemampuan daya tarik pesan untuk menarik khalayak agar dapat memperhatikan pesan yang disampaikan. Media sosial juga mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkau yang lebih luas dibandingkan media manapun (Wulandari & Fatchiya, 2017, hlm. 205). Media sosial hadir sebagai bagian dari perkembangan media baru yang kontras dengan media lama tradisional seperti media cetak dan media audio visual. Perbedaan yang menonjol antara media sosial sebagai media baru dengan media lama antara lain dalam hal kualitas, jangkauan, frekuensi, kegunaan, kedekatan dan sifatnya yang permanen contohnya adalah internet (Irhamdi, 2018, hlm. 144).

Jangkauan internet yang sangat luas menjadikan masyarakat dari berbagai tempat dapat memanfaatkan fasilitas trsebut, dengan penggunaan media sosial diantaranya seperti facebook, instagram dan whatsapp. Hal ini merupakan suatu peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mencari teman atau melakukan bisnis dan promosi. Saat ini media sosial merupakan suatu yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia pada masa kini. Tidak hanya sekedar untuk berkomunikasi di dunia maya, media sosial juga berdampak pada kehidupan manusia di dunia nyata. Dengan kata lain media sosial menjadi alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa yang dipromosikan (Nurjanah, 2018, hlm. 44).

Media sosial adalah media online yang digunakan sebagai media

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.

komunikasi yang menghubungkan antara dua orang atau lebih melalui internet. Penggunaan media sosial saat ini mengalami perkembangan disebabkan karena perkembangan teknologi yang semakin maju. Kehadiran media sosial saat ini sangat membantu masyarakat dalam menjalin komunikasi dengan kerabat dan teman. Media sosial yang dimaksud ialah *youtube, facebook, instagram, myspace, whatsapp* dan lain sebagai yang memiliki manfaat bagi masyarakat pengguna media sosial. Beberapa kegiatan yang bermanfaat dari media sosial antara lain:

- a) Menjalin relasi bisnis dan *networking*
- b) Pencarian informasi lowongan pekerjaan, tempat-tempat wisata
- c) *Online shopping*
- d) Konsultasi pendidikan, kesehatan dan sebagainya
- e) Kampanye politik (Astuti, 2018, hlm. 1-2).

Media sosial merubah pasar media dari komunikasi monologis ke komunikasi dialogis, ini terjadi karena di media sosial menyediakan *platform online* bagi pengguna untuk berpartisipasi aktif secara interaktif. Melalui media sosial maka para pengguna dapat berpartisipasi aktif interaktif secara terbuka untuk menyampaikan, menerima dan berdiskusi. Media sosial merupakan *platform* yang memungkinkan para pengguna berinteraksi dan berpartisipasi dalam pembuatan konten lalu berkomentar sesuai dengan keberadaan mereka (Liliweri, 2015, hlm. 288).

Media sosial merupakan bagian dari media massa memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja dalam masyarakat dalam skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu tetap digunakan hingga saat ini seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi dan internet. Media massa memiliki sifat karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa (Morissan, 2014, hlm. 480).

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

Kehadiran media sosial membantu manusia untuk berbagi perspektif, wawasan, pengalaman dan opini. Partisipasi dari masyarakat pada umumnya telah memberikan dorongan bagi pemenuhan kebutuhan tersebut. Kini hampir tidak ada seorang pun yang tidak berpartisipasi dalam satu atau lebih jenis media sosial. Ada beberapa karakteristik dari media sosial. Pertama, orang mulai berkomunikasi secara dialogis dengan media sosial sebagai media baru dan mulai mengabaikan komunikasi yang monologis (Liliweri, 2015, hlm. 289). Kedua, dari segi aplikatif maka media sosial memiliki beberapa karakteristik, yaitu: (Liliweri, 2015, hlm. 289).

- 1) Meliputi berbagai format konten termasuk teks, video, foto, audio, *PDF*, *powerpoint* artinya para pengguna dapat memilih variasi media sosial dalam rangka pembentukan konten.
- 2) Melibatkan berbagai tingkat keterlibatan peserta yang dapat membuat komentar atau mengintai melalui jaringan media sosial.
- 3) Memfasilitasi peningkatan kecepatan dan luasnya penyebaran informasi.
- 4) Menyediakan komunikasi *one to one*, *one to many* and *many to many*.

Ketiga, dari segi keunggulan maka media sosial mempunyai karakteristik yang disebut evolusi, revolusi dan kontribusi. Media sosial disebut evolusi karena dia menunjukkan perkembangan baru dari cara seseorang berkomunikasi misalnya dengan *e-mail*, revolusi karena untuk pertama kali dalam sejarah komunikasi, kita semua memiliki akses yang sangat bebas, komunikasi dapat dilakukan secara instan dan global, sebagai kontribusi karena kehadiran media sosial dapat membedakan kemampuan setiap orang untuk berbagi dan berkontribusi pesan kepada sasaran (Liliweri, 2015, hlm. 289).

3. Instagram

a. Pengertian Instagram

Beriklan di media sosial bisa dilakukan dengan cara mudah dan hemat, tanpa mengeluarkan biaya yang mahal. Salah satu media sosial yang digunakan sebagai media untuk promosi ialah instagram. Instagram mula nya dibentuk oleh perusahaan Burb INC, perusahaan Burb INC adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi membuat aplikasi untuk *gadget*. Di awal mula

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.

terbentuknya, perusahaan tersebut hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk *gadget*. Instagram juga berawal dari programmer dan sekaligus CEO nya yaitu Mike Krieger dan Kevin Systrom, mereka merupakan bagian terpenting di dalam berdirinya instagram. Jika tidak ada mereka, maka instagram pun tidak akan ada. Instagram didirikan bersama Burb INC di awal tahun 2010 sekitar bulan januari (Ramadhan, 2017).

Instagram bisa disebut *media sharing*. Media sosial ini memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media seperti dokumen, audio, video, gambar dan sebagainya. Instagram merupakan media sosial yang saat ini masih tetap banyak diminati oleh para penggunanya, karena memudahkan pengguna untuk mengunggah foto, video pendek, yang bisa disertai dengan tulisan atau keterangan di awalnya yang disebut dengan caption. Maka dari itu instagram digunakan sebagai media promosi.

b. Keunggulan Instagram

Media sosial ialah sebuah *tools online* yang mempunyai tujuan akhir untuk digunakan oleh banyak orang (jika bisa semua orang). Karena bukan tools spesifik, maka semakin mudah cara pemakaiannya. Jika dibandingkan dengan media sosial yang lain Instagram tetap yang paling mudah digunakan. Beberapa keunggulan instagram ialah sebagai berikut: (Sugianto, 2018, hlm. 13).

1) Mudah Dipahami

Inti penggunaan instagram adalah agar dengan mudahnya semua orang dapat membagikan foto atau gambar kepada orang lain. seperti halnya musik, gambar adalah bahasa *universal* yang mudah dipahami. Tidak seperti teks yang membutuhkan waktu membaca untuk memahami konteksnya.

2) Waktu tayang 24 jam

Instagram aktif selama 24 jam penuh. Fitur ini terlihat sederhana karena layanan online memang seharusnya berjalan 24 jam penuh. Setiap saat konten yang telah diunggah oleh pengguna akan tetap dinikmati dimana pun mereka berada.

3) Kemudahan penggunaan

Tampilan dan penggunaan instagram sangat mudah dipahami dibandingkan

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.

media sosial lainnya. Kelemahan terbesar software adalah tingkat kompleksitasnya. Semakin banyak fitur yang dimiliki sebuah software, biasanya tampilan akan semakin rumit sehingga pengguna baru akan kewalahan. Cara penggunaan instagram sangatlah mudah cukup *scrool* layar untuk melihat foto baru, *double tap* untuk melakukan *like*. Tahan foto untuk mengintip secara cepat sangat sederhana dan mudah diingat.

4) Mudah Menyampaikan hal Baru

Karena gambar bersifat visual atau lebih menonjolkan gambar daripada teks, proses komunikasi untuk menyampaikan produk baru dan konsep unik akan lebih cepat dipahami. Ditambah lagi masyarakat Indonesia mempunyai tingkat keingintahuan yang sangat tinggi terhadap suatu hal yang baru.

c. Perbedaan dengan Media Sosial Lain

1) Fokus Konten

Perbedaan yang langsung mencolok adalah fokus konten dari Instagram. Dibandingkan dengan facebook, instagram lebih sedikit menggunakan teks karena instagram memprioritaskan konten berupa gambar dibandingkan dengan teks.

2) Jumlah Distraksi

Lebih fokus adalah kekuatan instagram yang tidak dimiliki oleh media sosial yang lain. instagram dapat diibaratkan sebuah landing page ideal, atau sangat minim dengan distraksi yang mengarahkan pengguna keluar ke tempat lain. Hanya beberapa bagian saja yang mengarahkan pengguna keluar dari Instagram. Tombol-tombol yang mengarahkan pengguna untuk melakukan kontak ke akun instagram yang bersangkutan (mengirim email, telepon dan membuka peta).

d. Fitur-Fitur Instagram

Berdasarkan Handbook (Bambang 2012) media sosial Instagram merupakan media sosial yang memiliki layanan hanya pengunggahan foto ataupun video untuk dipublikasikan pada akun media sosial Instagram itu sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak di bagian bawah instagram yaitu sebagai berikut : (Bambang, 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.

1) *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah keatas seperti saat *scrool mouse* di komputer. Kurang lebih 30 foto yang dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

2) *Comments*

Fitur komentar ialah fitur yang hampir selalu ada di setiap akun jejaring sosial, sehingga instagram juga menyediakan fitur ini. Cara menggunakannya adalah dengan menekan ikon bertanda balon komentar dibawah foto kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto-foto pada kotak yang telah disediakan setelah itu menekan tombol send (kirim).

3) *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang akan dimasukkan dalam foto *explore feed*.

4) *Profil*

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik dari pengguna maupun sesama pengguna lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah di *upload*, jumlah *followers* dan juga jumlah *following*.

5) *News Feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna *follow*, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Adapun beberapa fitur didalam media sosial instagram yang dapat

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.

membantu memberikan makna informasi pada foto yang diunggah oleh pemilik akun, yaitu :

(1) Judul foto

Judul foto atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna lainnya.

(2) *Hashtag*

Hashtag ialah sebuah simbol bertanda pagar (#) yang difungsikan untuk menggolongkan tema atau topik yang lebih spesifik dalam sosial media, *hashtag* juga mempermudah orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan. Dalam dunia digital, khususnya konten digital *marketing* pada sosial media, *hashtag* digunakan untuk mengelompokkan tema atau informasi produk agar orang lain atau customer dapat menemukan informasi yang anda sampaikan pada sebuah artikel dengan *hashtag* tertentu.

Hashtag pertama kali digunakan di media sosial twitter, kegunaan *hashtag* pada waktu itu adalah untuk melakukan indeks konten yang sedang viral atau sedang booming. Sama halnya di Instagram dan media sosial lain, *hashtag* mempunyai tujuan utama untuk melakukan indeks. Ketik konten pada akun sebuah toko baju, maka bisa menggunakan *hashtag* seperti : #bajucantik #bajuantilecek #bajupesta. Maksimun *hashtag* yang digunakan pada sebuah postingan adalah 30 *hashtag* jika lebih dari jumlah tersebut maka konten tidak akan berhasil diposting (Sugianto, 2018, hlm. 81).

(3) *Geotag* (lokasi)

Fitur ini menampilkan lokasi pengambilam gambar oleh pengguna. Meski disebut sebagai layanan berbagi foto, tetapi instagram merupakan jejaring sosial. Karena pengguna dapat berinteraksi dengan sesama pengguna.

Diantara aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram adalah:

a) *Follow*

Follow adalah mengikuti, fitur ini berfungsi untuk menambahkan

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.

teman. Sedangkan *followers* merupakan pengikut. Fitur ini bertujuan untuk mengikuti akun Instagram seseorang ataupun akun instagram anda yang diikuti seseorang.

b) *Like*

Like ialah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai foto atau video yang ada di instagram. Dengan cara menekan tombol *like* dibawah bagian *caption* yang bersebelahan dengan kolom komentar.

c) *Comment*

Comment (komentar) adalah suatu aktifitas untuk memberikan pikiran atau pendapat melalui kata-kata. Pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto baik itu saran, pujian atau kritikan.

d) *Mentions*

Fitur ini untuk menambah pengguna lain caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut.

4. Promosi

Promosi yang merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran memiliki peranan tersendiri dalam menunjang berjalannya kegiatan pemasaran. Pada hakikatnya promosi merupakan kegiatan menyebarkan berbagai informasi mengenai produk barang atau jasa kepada masyarakat. Tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan diantaranya adalah untuk meningkatkan penjualan, memperoleh konsumen baru serta mempertahankan konsumen lama. Selain itu juga untuk memberikan perbedaan antara produk barang atau jasa yang dimiliki oleh pesaing, dan untuk memberikan citra baik kepada para konsumen tentang perusahaan tersebut (Ilahiyah, 2020, hlm. 201).

Disamping itu, mereka wajib diyakinkan bahwa produk atau jasa tersebut dapat memberi manfaat tertentu. Sehingga mereka disarankan untuk membelinya, lalu mulai mencobanya, perlu diingatkan kembali manfaat produk atau jasa diharapkan setiap saat mereka membeli atau menggunakan jasa tersebut (Aditya, 2017, hlm. 15).

5. Teori Ekologi Media

McLuhan mengungkapkan bahwa dengan kehadiran teknologi memberikan pengaruh besar bagi kehidupan manusia, kehidupan manusia menjadi tergantung dengan teknologi. McLuhan tertarik untuk mengetahui pengaruh teknologi dalam kehidupan manusia khususnya di bidang teknologi komunikasi. Menurutnya manusia mempunyai hubungan simbolik dengan teknologi-teknologi yang pada saatnya menciptakan Kembali diri kita. Menurut McLuhan teknologi media telah merubah paradigma kehidupan baru secara dramatis ditengah masyarakat karena banyak dari mereka sudah sangat bergantung pada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan kemampuan masyarakat memanfaatkan teknologi. McLuhan melihat bahwa media berperan dalam menciptakan dan mengolah budaya. Pemikiran McLuhan ini dinamakan teori mengenai ekologi media, definisi dari ekologi media adalah studi mengenai lingkungan media, gagasan bahwa teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia (Hariyati, 2012, hlm. 157).

Media secara umum bertindak untuk membentuk dan mengorganisir sebuah budaya. Teori ekologi media dari McLuhan berkaitan dengan persimpangan antara teknologi dan manusia dan bagaimana media mempengaruhi pemahaman dan sudut pandang manusia. Teori ekologi media berfokus pada prinsip bahwa teknologi akan tetap menjadi pusat perhatian bagi semua bidang profesi dan kehidupan. Pengaruh dari teknologi media terhadap masyarakat merupakan ide utama dibalik teori ekologi media (Prihandini, 2015, hlm. 8).

Gagasan utama dari teori ekologi media dapat dilihat dari tiga asumsi yang menjadi landasan teori tersebut : (West & Turner, 2010, hlm. 182).

Media melingkup setiap perbuatan maupun tindakan dalam masyarakat.

Pada asumsi pertama dari teori ekologi media, masyarakat tidak dapat melarikan diri dari media dalam kehidupan. Media melingkupi semua keberadaan masyarakat. Masyarakat tidak dapat menghindar dari media (West & Turner, 2010, hlm. 182).

Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisir pengalaman kita.

Pada asumsi kedua dari teori ekologi media, memandang media sebagai

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.

sesuatu yang langsung mempengaruhi manusia. Cara manusia memberi penilaian, merasa dan bereaksi cenderung dipengaruhi oleh media. Dalam asumsi ini, McLuhan menilai media cukup kuat dalam membentuk pandangan kita tentang dunia. Itulah mengapa kita menyebutnya ekologi. Ekologi ialah sebuah ilmu yang mempelajari hubungan anatara organisme dengan lingkungannya. Media akan terus berubah seiring dengan pertumbuhan dan dinamisme masyarakat, akan terus berubah selaras dengan kebutuhan masyarakat, dan juga sebaliknya masyarakat akan terus berubah sesuai dengan perkembangan media (West & Turner, 2010, hlm. 183).

Media menyatukan seluruh dunia.

Pada asumsi ketiga teori ekologi media menyatakan bahwa setiap peristiwa maupun hal yang dilakukan dibelahan dunia lain, dapat diketahui oleh masyarakat dibelahan lainnya. Dampak dari hal tersebut, McLuhan menyebutkan manusia hidup di sebuah desa global (*global village*). media sosial seakan mengikat dunia menjadi kesatuan sistem politik, sosial, ekonomi dan budaya yang besar. Konsep *global village* berarti tidak akan ada lagi batasan antar belahan dunia manapun untuk saling mengetahui kegiatan satu sama lain. Misalnya apa yang akan terjadi dibelahan dunia bagian utara dalam hitungan detik akan diketahui oleh masyarakat dunia bagian selatan (West & Turner, 2010, hlm 184).

Ekologi media melihat bagaimana komunikasi mempengaruhi persepsi, nilai serta bagaimana interaksi kita dengan media, dan peluang media bertahan hidup. Teori ekologi media paling dikenal karena adanya slogan, medium adalah pesan (*medium is the message*). McLuhan menganggap isi dari pesan yang digunakan media berada diposisi kedua, sedangkan yang berada diposisi pertama atau utama ialah medium (saluran komunikasi) yang digunakan, karena isi pesan menjadi sangat penting namun tidak akan sampai dan dimengerti oleh khalayak tanpa adanya sebuah media sebagai medium atau saluran komunikasinya. Medium mempunyai kemampuan untuk mengubah bagaimana kita berfikir mengenai orang lain, mengenai diri sendiri, dan juga tentang dunia disekeliling kita (West & Turner, 2010, hlm. 184).

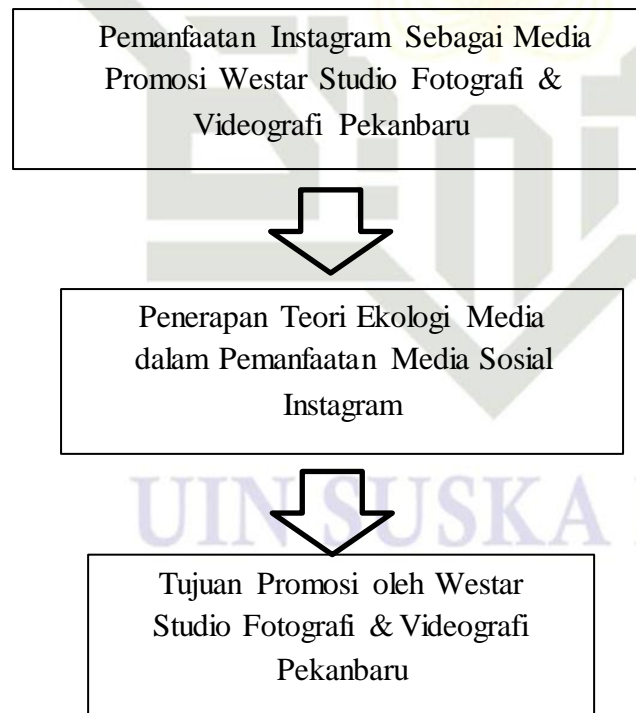
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

McLuhan memandang penemuan teknologi sebagai hal yang sangat vital karena menjadi kemajuan dan eksistensi dari kemampuan pengetahuan dan persepsi pikiran manusia. Pemikiran McLuhan melibatkan sejumlah disiplin ilmu dan menggunakan berbagai teknologi, ia melihat bahwa adanya persimpangan antara hubungan manusia dan teknologi serta bagaimana teknologi tersebut mempengaruhi persepsi dan sudut pandang manusia terhadap banyak hal. Media adalah perubahan dari peradaban dan sejarah yang mendominasi dalam setiap zamannya (Hariyati, 2012, hlm. 157).

Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan bagian yang paling menggambarkan alur pemikiran penelitian dalam memberikan penjelasan kepada orang lain untuk memecahkan suatu masalah dengan jelas, sistematis dan terarah. Dalam kerangka pikir ini akan menjelaskan variabel yang akan disajikan sebagai tolak ukur dalam penelitian, dimana kerangka pikir diharapkan dapat menjelaskan secara struktural bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media promosi Westar Studio Fotografi dan Videografi Pekanbaru. Berdasarkan wacana di atas, maka secara sederhana dapat dijelaskan dalam gambar kerangka fikir dibawah ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

Jenis Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. Yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2006, hlm. 6).

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram oleh Westar Studio Fotografi & Videografi sebagai media promosi di bidang fotografi dan videografi. Yang mana di bidang tersebut merupakan bidang yang ada pada konsentrasi *broadcasting*. Dan apa kelebihan juga kekurangan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media promosi untuk usahanya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Ada pun lokasi penelitian ini adalah Westar Studio Fotografi & Videografi, jl garuda sakti km 2.

2. Waktu penelitian

Menurut Sugiyono, tidak ada cara yang mudah untuk menentukan berapa lama waktu dalam melaksanakan penelitian. Tetapi lama nya penelitian bergantung pada keberadaan sumber data dan tujuan penelitian (Sugiono, 2005, hlm. 62). Dan waktu untuk penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2023 hingga bulan Mei 2024.

C. Sumber Data

Sutopo menjelaskan bahwa sumber data merupakan tempat data diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, artefak, ataupun dokumen-dokumen menurut Moleong, pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar,

terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang dibutuhkan (Moleong, 2006, hlm. 112). Berbagai sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dari penelitian ini yaitu wawancara dengan pemilik Westar Studio Fotografi & Videografi, dan pengikut akun Instagram Westar Studio Fotografi & Videografi.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. Seperti laporan-laporan, buku dan foto yang dapat menunjang penelitian ini.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian maupun orang yang dapat memberikan informasi mengenai latar belakang dan keadaan sebenarnya dari objek penelitian sehingga data yang dihasilkan akurat.

Dalam penelitian ini peneliti memilih Pemilik dan Marketing Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru serta beberapa orang yang sudah menggunakan jasa Westar Studio Fotografi & Videografi dan menjadi pengikut akun Instagram Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Maryadi dkk, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang memungkinkan diperoleh data detail dengan waktu yang relatif lama. Sedangkan menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ialah mendapatkan data (Sugiono, 2005, hlm. 62). Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dari narasumber dengan menggunakan banyak waktu. Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi sebagai bahan utama yang objektif, yaitu: (Sugiono,

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.

2005, hlm. 62).

1. Observasi

Menurut Nawawi dan Martini, observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Dalam hal ini, peneliti menggunakan observasi partisipan, yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara merupakan teknik pengumpulan data ketika peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Dalam metode ini, peneliti menanyakan serangkaian pertanyaan yang sudah tersusun secara global yang kemudian diperdalam secara lebih lanjut. Selain itu, metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang berkaitan tentang bagaimana pemanfaatan Instagram oleh Westar Studio Fotografi & Videografi untuk media promosi jasa fotografi dan videografi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan arsip, catatan, gambar, film, foto dan informasi yang disimpan atau didokumentasikan lainnya. Yang mana dalam dokumen tersebut merupakan catatan penting yang ada hubungannya dengan masalah, yang memungkinkan untuk pengolahan data secara lengkap, sah dan bukan perkiraan saja (Nugrahani, 2014, hlm. 143). Pada penelitian ini peneliti menggunakan buku dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

F. Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif, instrumen utamanya adalah manusia, karena yang diperiksa adalah keabsahan datanya (Pura & Dwilestari, 2012, hlm. 87). Pada penelitian ini, untuk memperoleh keabsahan atau kevalidan data maka digunakanlah teori Triangulasi. Dalam pengujian kredibilitas, triangulasi diartikan sebagai

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.

pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan beragam waktu. Dengan demikian, triangulasi terdiri atas triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

Triangulasi sumber akan dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dari beberapa sumber tersebut dideskripsikan, dikategorikan, dan akhirnya diminta kesepakatan (member check) untuk mendapatkan kesimpulan. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Triangulasi waktu berkaitan dengan keefektifan waktu. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar dan belum banyak masalah akan memberikan data yang valid, sehingga lebih kredibel.

G. Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul, maka kegiatan selanjutnya yaitu menganalisis data tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data kualitatif. Deskriptif dan analisis reflektif yaitu analisis yang berpedoman pada cara berfikir yang merupakan kombinasi antara berfikir induksi dan deduksi, serta untuk menjawab adanya pertanyaan bagaimana dan apa saja (Moleong, 2006, hlm. 103).

Langkah-langkah analisis data menurut Miles dan Huberman, adalah sebagai berikut:

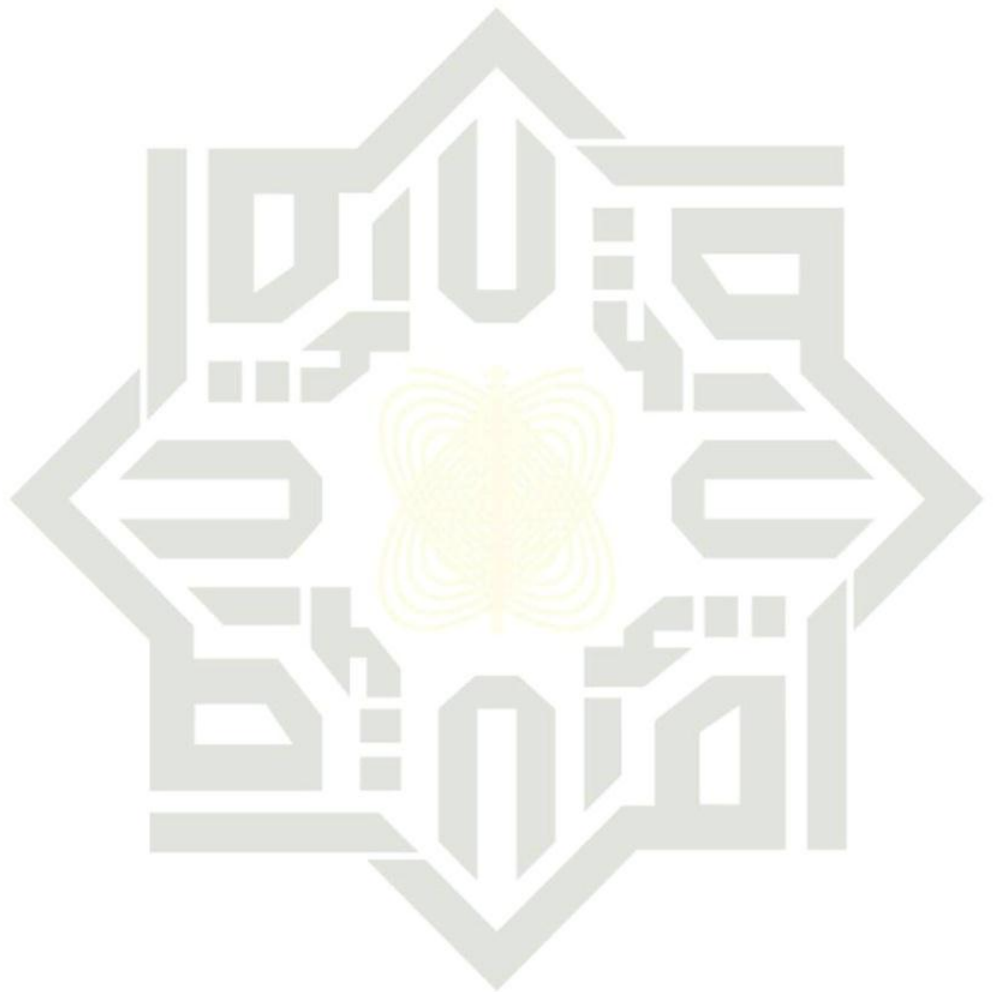
1. Pengumpulan data,
2. Reduksi data,
3. Penyajian data, dan
4. Penarikan kesimpulan (Mathew & Huberman, 1992, hlm. 15-19).

Ada pun proses analisis data yang diperoleh lapangan dimulai dengan:

1. Membaca, mempelajari serta menelaah seluruh data yang diperoleh dari berbagai sumber,
2. Mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan cara membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap sesuai dengan sumbernya,
3. Menyusun data dalam satuan-satuan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
4. Mengelompokkan satuan-satuan tersebut dan membuat *coding*,
5. Mengadakan pemeriksaan keabsahan data, menyajikan data dan menarik kesimpulan.



UIN SUSKA RIAU

BAB IV

GAMBARAN UMUM

Sejarah Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru

Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang fotografi, videografi, dan juga foto studio. Westar Studio Fotografi & Videografi didirikan sebagai suatu bidang yang dibutuhkan dan disenangi oleh masyarakat yang dipromosikan melalui media sosial Instagram. Melalui akun media sosial Instagram Westar Studio Fotografi & Videografi sangat update untuk setiap kegiatan yang dilakukannya.

Westar Studio Fotografi & Videografi didirikan oleh bapak Yanto, dimana bapak Yanto ini adalah seorang fotografer dan sekaligus videographer. Pada tanggal 1 Agustus 2018 Westar Studio ini berdiri di jalan Garuda Sakti Km 2 yang berada tepat di simpang gang anggrek, bapak yanto menyewa sebuah ruko untuk membangun studio fotonya tersebut sampai pada tahun 2020, namun dikarenakan pemilik dari ruko yang di sewa oleh bapak yanto ini memutuskan kontaknya untuk kepentingan mendesak, maka bapak yanto berpindah tempat usaha disekitar tempat awal ia berdiri.

Dikarenakan studio bapak Yanto ini sudah menjalin hubungan banyak dengan konsumen khususnya di sekitaran Panam Garuda Sakti, maka pada 1 Agustus 2020 westar studio pindah lokasi yang mana tidak jauh dari tempat awal ia berdiri yaitu masih berada di jalan Garuda Sakti Km 2 tepat sebelum simpang gang Kamboja. Sebelum mendirikan Westar Studio Fotografi & Videografi ini, awalnya bapak Yanto mengawali karirnya sebagai fotografer dan videografer dan masih bergabung dengan studio usaha keluarga yang bernama Star foto yang berada tepat di jalan Durian, Labuh Batu.. Lalu pada bulan Agustus 2018 bapak Yanto berinisiatif mendirikan studio sendiri dengan dibantu oleh investor yang merupakan rekan beliau, walaupun kondisi pandemi dan sudah mulai banyak kompetitor lainnya namun Westar Studio Fotografi & Videografi milik bapak Yanto bertahan hingga saat ini dan bahkan sudah memiliki banyak langganan konsumen.

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.

Dikarenakan Westar Studio ini merupakan instansi swasta atau bisa juga dikatakan sebagai usaha pribadi, bapak Yanto mendirikan studio ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dikarekan pemilik Westar Studio juga sudah mendalami ilmu fotografi dan videografi, Westar Studio ini juga ingin mengembangkan dunia fotografi untuk kebutuhan masyarakat di sekitar studio seperti pas foto, cetak foto, dan lainnya. Secara kebetulan juga Westar Studio ini berada dekat dengan sekolah-sekolah, dan juga dekat dengan perguruan tinggi seperti kampus UIN SUSKA RIAU, UR, dan lainnya.



Gambar 4. 1Unggahan pertama akun Westar Studio Fotografi & Videografi pada tanggal 1 September 2019

Penggunaan Instagram yang sangat digemari oleh masyarakat pada saat sekarang ini, memberikan dampak positif untuk promosi yang dilakukan oleh Westar Studio Fotografi & Videografi mulai banyak dikenal dan banyak digunakan jasanya baik untuk foto studio, pas foto ataupun foto dan video dokumentasi wedding.

Dengan penggunaan media sosial Instagram yang sangat banyak digemari oleh masyarakat pada saat ini membuat Westar Studio Fotografi & Videografi mencoba aktif untuk memposting setiap kegiatan yang dilakukan. Dari postingan yang diunggah pada akun Instagram Westar Studio Fotografi &

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.

Videografi pengikut maupun sesama pengguna Instagram bisa melihat dan tertarik untuk menggunakan jasa Westar Studio Fotografi & Videografi. Promosi menggunakan media sosial Instagram ini memudahkan masyarakat untuk mencari informasi layanan jasa fotografi dan videografi tanpa harus mengeluarkan banyak waktu. Hal ini membuat masyarakat semakin mengetahui dan mengenal Westar Studio Fotografi & Videografi dan juga menggunakan jasa nya.

B. Profil Westar Studio Fotografi & Videografi

Nama Perusahaan	: Westar Studio Fotografi & Videografi
Alamat	: Jalan Garuda Sakti Km 2, Pekanbaru, Riau.
Telp/Whatsapp	08127662759
Instagram	: @studiowestar
Web	: https://westar-studio-foto-video.business.site/

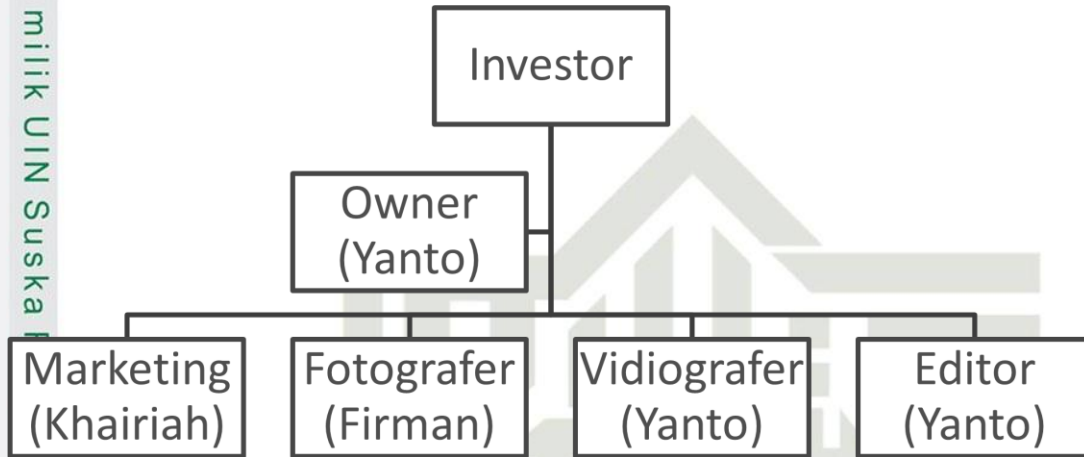


Gambar 4. 2 Logo Westar Studio Fotografi & Videografi

C. Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan merupakan koordinasi sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan melalui pembagian kerja dan fungsi melalui wewenang dan tanggung jawab. Setiap perusahaan memiliki struktur, struktur ini memungkinkan perusahaan untuk menjadikan standar prosedur kerja dan mengkhususkan tugas yang terkait dengan proses produksi. Sehingga perusahaan dapat berjalan dengan baik dengan langkah-langkah yang tepat. Struktur perusahaan Westar Studio Fotografi &

Videografi adalah sebagai berikut :



Gambar 4. 3 Struktur Perusahaan Westar Studio Fotografi & Videografi

D. Spesifikasi Westar Studio Fotografi & Videografi

Spesifikasi perusahaan Westar Studio Fotografi & Videografi ialah sebuah layanan jasa fotografi, videografi, maupun juga pas foto yang didirikan untuk membantu mengabadikan momen-momen berharga masyarakat.

1. Produk

Beberapa koleksi foto yang dihasilkan antara lain :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 4. 4 Sampel foto wisuda



Gambar 4. 5 Sampel foto kebersamaan anak SMA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 4. 6 Sampel foto keluarga



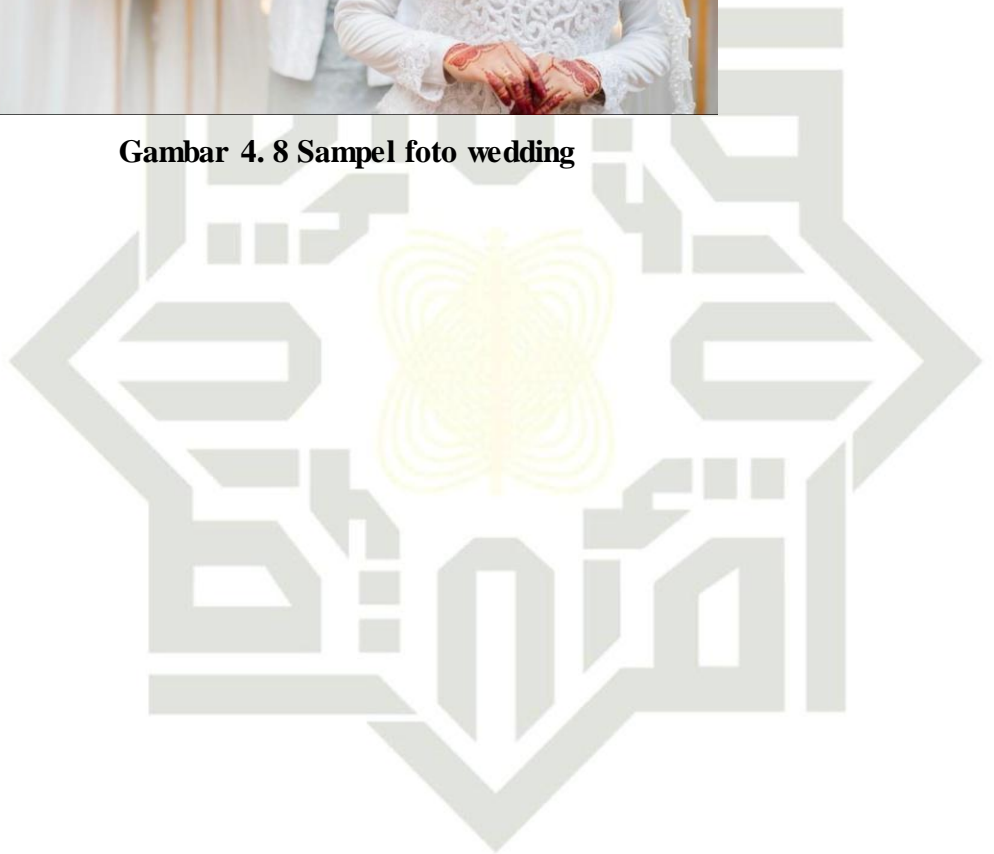
Gambar 4. 7 Sampel foto anak balita

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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



Gambar 4. 8 Sampel foto wedding



UIN SUSKA RIAU

BAB VI PENUTUP

Kesimpulan

Setelah peneliti mempelajari serta menganalisa dari hasil penelitian di dalam skripsi ini yang berjudul Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru. Maka disimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media promosi yang dilakukan oleh Westar Studio Fotografi & Videografi adalah sebagai berikut:

- Pemanfaatan media sosial Instagram oleh Westar Studio Fotografi & Videografi sebagai media mempromosikan jasanya dengan memanfaatkan fitur upload foto dan postingan video. Serta pada bio akun Instagram Westar Studio Fotografi & Videografi mencantumkan informasi seperti jasa yang disediakan, nomor telepon dan juga alamat studio nya.
- Pemanfaatan Instagram merupakan salah satu media yang memberikan kemudahan bagi Westar Studio Fotografi & Videografi agar dapat menyebarluaskan usahanya. Mengunggah hasil foto dan video dari para pengguna jasanya, menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa ini tanpa membutuhkan banyak waktu. Serta Instagram menjadi salah satu media untuk dapat menghubungkan Westar Studio Fotografi & Videografi dengan masyarakat luas.

Teori ekologi media yang dikemukakan oleh McLuhan masih berlaku dan relevan hingga saat ini. Dimana dalam hal pemanfaatan media sosial Instagram oleh Westar Studio Fotografi & Videografi sebagai media promosi hasil yang cukup menolong untuk usahanya dan juga media sosial Instagram dimanfaatkan sebagai media untuk berinteraksi dengan konsumen. Media sosial Instagram juga mampu mempengaruhi dan membentuk persepsi pengguna serta memotivasi pengguna untuk melakukan sesuatu.

Dalam pemanfaatan Instagram ada beberapa kelebihan dan kekurangannya, selama ini pemanfaatan Instagram yang dilakukan Westar Studio Fotografi & Videografi bisa membantu menyebarluaskan informasi tentang jasanya tanpa memakan banyak waktu, dengan fitur-fitur yang tersedia yang memudahkan

interaksi dengan konsumen seperti melalui fitur *messenger*. Namun dalam pemanfaatan Instagram masih terdapat kekurangan,

Saran

Demikianlah hasil yang diperoleh oleh peneliti dalam melakukan penelitian bagaimana Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru. Berikutnya peneliti ingin menyampaikan saran sebagai berikut:

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai penelitian selanjutnya. Karena adanya beberapa hal yang perlu dibahas dan dilengkapi secara detail dan menggunakan bahasa yang lebih mudah dimengerti. Dan juga bisa untuk menganalisis platform Tiktok yang mungkin bisa dijadikan sebagai media promosi tambahan agar Westar Studio Fotografi & Videografi dapat meningkatkan penjualan jasa fotografi dan videografi nya.

2. Westar Studio Fotografi & Videografi diharapkan lebih memanfaatkan fitur lain pada Instagram seperti penggunaan *hashtag* agar postingan akun Westar Studio bisa menjangkau lebih banyak pengguna dan juga mencoba untuk eksplor pembuatan video pendek yang diposting melalui fitur *Reels* sehingga dapat meningkatkan minat yang lebih dalam menggunakan jasa dari Westar Studio Fotografi & Videografi.

Westar Studio Fotografi & Videografi juga diharapkan bisa memanfaatkan fitur seperti Instagram Shop untuk meningkatkan promosi paket fotografi/videografi yang disediakan. Dan juga bisa mencoba untuk berkolaborasi dengan influencer lokal yang bertujuan agar Westar Studio bisa lebih banyak dikenal oleh masyarakat Pekanbaru.

Westar Studio Fotografi & Videografi juga diharapkan bisa melakukan evaluasi rutin berbasis data dengan memanfaatkan fitur *insight* agar promosi melalui Instagram dapat lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhika, W. R. (2017). Strategi komunikasi pemasaran (Studi pada event Tupperware Home Party dalam menjaga loyalitas konsumen). *Jurnal Pemasaran*, 4(1).
- Amanah, B. (2005). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: CV. Alabeta. Amanah, S. (2015). Peranan strategi promosi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan. *Jurnal Lentera*.
- Aggraini, D., & Surwati, C. H. D. (2014). Kegiatan komunikasi pemasaran Rown Division melalui media sosial. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret*.
- Adhi, Y. (2013). Merancang media promosi unik dan menarik. Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Arifin, R. W. (2015). Peran Facebook sebagai media promosi dalam mengembangkan industri kreatif. *Bina Insani ICT Journal*, 2(2).
- Aaker, D. (2001). Strategic market management. USA: John Wiley & Sons, Inc. Asri, M. (1991). Marketing. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Atuti, L. (2018). Pemanfaatan media sosial dalam penyampaian aspirasi mahasiswa. *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, 5(2).
- Azizah, A. I. M., & Primndhika, R. B. (2020). Analisis tindak tutur caption dalam Instagram Ridwan Kamil. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(3).
- Batubara. (2014). Media echology theory. *Jurnal Iqra'*, 8(2).
- Curran, K., Graham, S., & Temple, C. (2011). Advertising on Facebook. *International Journal of E-Business Development*, 1(1).
- Dhamayanti, M., & Ronaningrum, E. (2017). Konferensi nasional komunikasi. 1(1).
- Dyah Utami, A., & Purnama, B. E. (2011). Pemanfaatan jejaring sosial (Facebook) sebagai media bisnis online (Studi kasus di Batik Solo 85). 1.
- Errika Dwi Setya Watie. (2016). Komunikasi dan media sosial (Communication and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2).
- Gitosudarmo, I. (2000). Manajemen pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Galura Gumelar, R. (2013). Konvergensi media online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2.
- Fikri, H. (2024). Wawancara dengan followers akun Instagram Westar Studio. Pekanbaru.
- Haryati. (2012). Ekologi media di era konvergensi, 10(2).
- Haryanto, D. (2010). Marketing quotient. Community.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Hendroyono, H. (2012). Semua orang adalah gardener. Jakarta: Literati.
 - Herhana, L. (2015). Analisis pemanfaatan situs jejaring sosial Facebook sebagai media promosi anggota Busam (Bubuham Samarinda). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3(4).
 - Herhana, R., & Alfiyanti, M. (2020). Pemanfaatan Instagram sebagai komunikasi pemasaran pada wedding photography Nesnumoto Bandung. *Jurnal Beja*.
 - Ibnuhah, H. (2020). Analisis komunikasi promosi Sherpa Indo Project.
 - Isaah, (2014). Pemanfaatan Facebook sebagai media informasi mahasiswa jurusan Ilmu Perpustakaan UIN Allaudin Makasar. Skripsi Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora.
 - Ishamdi, M. (2018). Menghadirkan etika komunikasi media sosial (Facebook). *Komunike*, 10(2).
 - Jones, R. (2009). *Social media and communication*. New York: Media Press.
 - Juwita, R. (2017). Media sosial dan perkembangan korporasi korporat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 47-60.
 - Khairiah. (2024). Wawancara dengan marketing Westar Studio. Pekanbaru.
 - Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada Batik Burneh. *Journal of Management Studies*, 11(2).
 - Kurniawan, P., Syarif, M., & Amaniyah, E. (2019). Instagram sebagai media komunikasi pemasaran modern pada Batik Tulis khas Tanjung Bumi Bangkalan. 5(2).
 - Kurniasih, N. S., & M. Hum. (2013). Penggunaan media sosial bagi humas di lembaga pemerintah. In *Forum Kehumasan Kota Tangerang*.
 - Kisuma, D. F., & Syahriar, M. (2019). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1).
 - Liliwei, A. (2015). *Komunikasi antar-personal*. Jakarta: Prenadamedia Group.
 - Lister, M., Dovey, J., Gidding, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *A new media: A critical introduction* (2nd ed.). New York: Routledge.
 - Madcoms. (2010). Facebook, Twitter, Plurk dalam satu genggam. Yogyakarta: Andi.
 - Mcquail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
 - Miles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis data kualitatif buku sumber metode-metode baru*. Jakarta: UIP.
 - Moleong, J. (2001). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
 - Morissan. (2014). *Teori komunikasi individu hingga massa*. Jakarta: Kencana

Prenadamedia Group.

Maulis, U. J. (2018). Fenomena Facebook sebagai media komunikasi baru. *Jurnal Diskursus Islam*, 6(1).

Mujihidin, A. M. (2014). *Panduan penelitian praktis untuk menyusun skripsi, tesis dan disertasi*. Bandung: Alfabeta.

Nasrullah, R. (2016). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.

Nugrahani, F. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books.

Nurjanah. (2018). Pemanfaatan media sosial masyarakat sadar wisata dalam mempromosikan potensi wisata baru. *Medium*, 6(2).

Pemungkas, I. P. (2019). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media periklanan UMKM di Beteng Trade Center (BTC) Solo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Prihandini, F. L. (2015). Tingkat pemanfaatan sosial media terhadap branding pariwisata Jawa Tengah oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1).

Rahmawati, D. (2016). *Pemilihan dan pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram @FreezBrowniezz)*. Skripsi Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN SUKA Jogjakarta.

Ramadhan, H. F. (2017). *Pemanfaatan media sosial Instagram @MR.CREAMPUFF sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan*. Skripsi Universitas Riau.

Sitiyanto, F. B., et al. (2021). Pengaruh algoritma Instagram terhadap keterikatan yang lebih tinggi dalam penggunaan Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*, 1(1).

Sulistiawati, L., et al. (2022). Strategi pemasaran melalui word of mouth (WOM) terhadap penjualan daging sapi usaha dagang Pak Kasman Desa Kotapulu Kecamatan Dolo. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(7).

Sugianto, M. (2018). *Instagram marketing*. Jakarta Selatan: PT. Pengembang Lintas Pengetahuan.

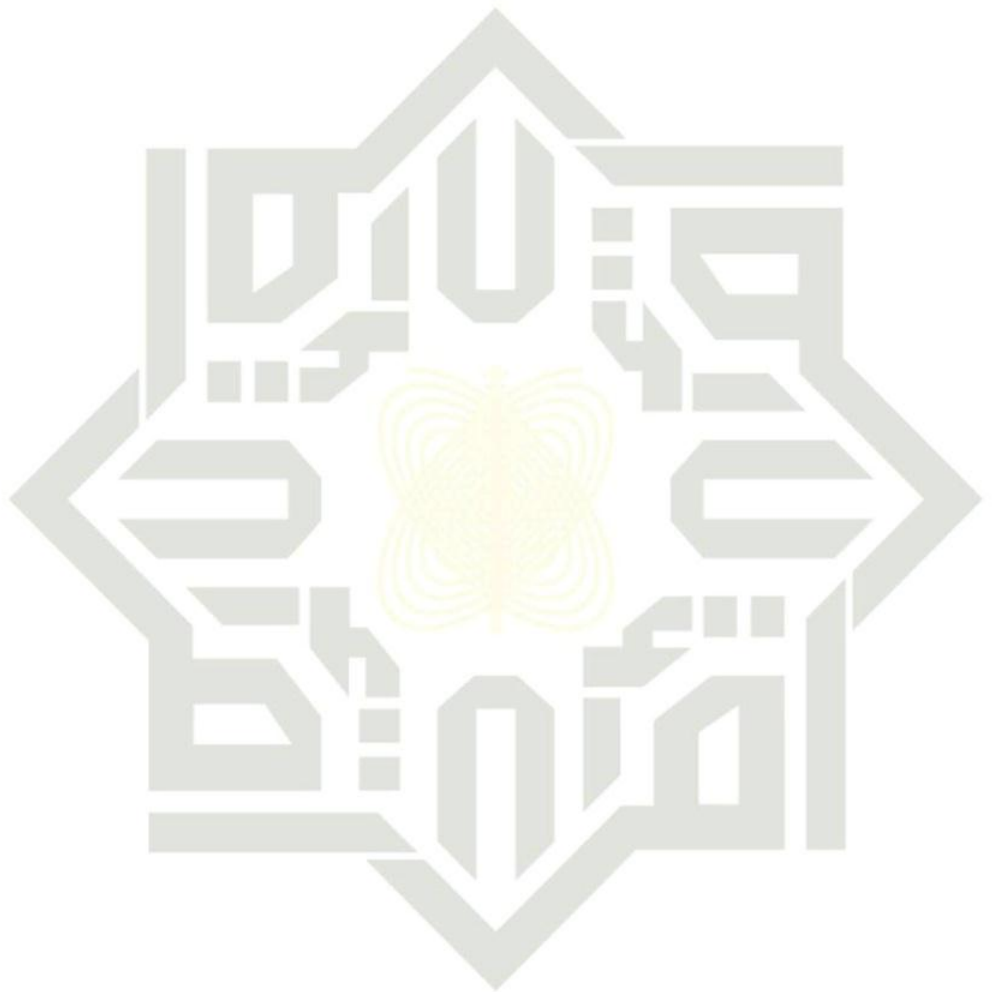
Wahyudi, Z. (2024). Wawancara dengan followers akun Instagram Westar Studio. Pekanbaru. West, R., & Turner, L. H. (2010). *Pengantar teori komunikasi analisis dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 mengumpukan 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
- Yama. (2023). Wawancara awal dengan owner/pemilik Westar Studio foto dan vidografi. Pekanbaru.
- Yamaqun, M., & Maghfirah, N. (2022). Aesthetika wedding photography marketing communication analysis. *Academia Open*, 7(2).

Hak Cipta dan 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

Draft pertanyaan wawancara

Lampiran pertanyaan kepada Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru

1. Apa yang informan ketahui tentang media promosi?
2. Bagaimana Westar Studio Fotografi & Videografi pada mula nya melakukan promosi?
3. Apakah dari pemanfaatan media website membantu Westar Studio Fotografi & Videografi dalam meningkatkan jumlah konsumen?
4. Mengapa memilih media sosial Instagram sebagai pengganti media promosi sebelumnya?
5. Apa tujuan memilih media Instagram sebagai media promosi?
6. Bagaimana memanfaatkan media Instagram sebagai sarana promosi?
7. Fitur apa saja yang dimanfaatkan dalam melakukan promosi melalui media sosial Instagram?
8. Dari semua fitur tersebut, fitur apa saja yang sering dimanfaatkan, apa alasannya?
9. Apa kendala dan hambatan dalam pemanfaatan Instagram sebagai media promosi?
10. Apa saja keunggulan Westar Studio dibandingkan dengan studio yang lain?
11. Strategi apa yang dilakukan untuk meningkatkan promosi ditengah persaingan pasar?
12. Apakah ada kendala dalam mempromosikan Westar Studio?
13. Apa saja evaluasi mendatang yang perlu dilakukan agar lebih maksimal dalam melakukan promosi?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Lampiran daftar pertanyaan kepada pengikut akun Instagram Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru

1. Darimana dan sejak kapan anda mendapatkan informasi mengenai Westar Studio Fotografi & Videografi?
2. Apa yang membuat anda tertarik menggunakan jasa Westar Studio Fotografi & Videografi?
3. Bagaimana pendapat anda mengenai pemanfaatan media Instagram sebagai media promosi Westar Studio Fotografi & Videografi?
4. Apakah menurut anda promosi yang dilakukan oleh Westar Studio Fotografi & Videografi sudah menarik perhatian pengguna Instagram?
5. Apa saran dan masukan anda kepada Westar Studio Fotografi & Videografi terkait dengan pemanfaatan Instagram sebagai media promosi?

Lampiran 2

Gambar proses penelitian

Foto Wawancara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



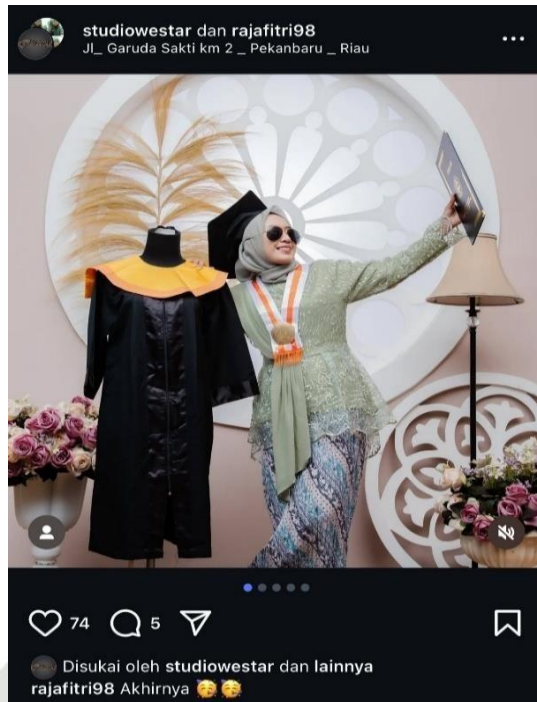
Foto wawancara bersama pemilik Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru.



Foto Gedung Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru.

Hak Cipta Diindungi 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.



Postingan Instagram Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru.



Ruangan studio untuk foto Westar Studio Fotografi & Videografi Pekanbaru.