

**STRATEGI PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM
@DODOLAN_SECOND DALAM MELAKUKAN
PROMOSI
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

JODHISTIRA ANANDA WURYANTO
NPM : 1151900365

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**STRATEGI PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM
@DODOLAN_SECOND DALAM MELAKUKAN
PROMOSI
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

JODHISTIRA ANANDA WURYANTO

NPM : 1151900365

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Jodhistira Ananda Wuryanto
NBI : 1151900365
Judul : Strategi Pengelolaan Akun Instagram @dodolan_second
Dalam Melakukan Promosi


Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 3 Januari 2024

Disetujui
Oleh Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwiranti, M.P.
NPP. 20120.87.0103


Dr. Bambang Sigit Pramono, S.Sos.,
M.Si.
NPP/20150210848


LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Dosen Penguji

1. **Dr. Bambang Sigit Pramono, S.Sos., M.Si.** ()

Ketua

2. **Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA.** ()


Anggota 1

3. **Beta Puspitaning Ayodhya, S.Sos., M.A** ()

Anggota 2

Dekan

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**


Dr. Dra Ayu Maduwinarti, M.P

NPP.20120870103

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jodhistira Ananda Wuryanto

NIM : 1151900365

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“STRATEGI PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM
@DODOLAN_SECOND DALAM MELAKUKAN PROMOSI”**

adalah hasil penelitian saya sendiri dan bukan merupakan plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain, atau hasil kerja orang lain yang digunakan untuk kepentingan saya baik secara materil maupun non-materil.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Surabaya, 04 Januari 2024

Yang menyatakan,



Jodhistira Ananda Wuryanto

1151900365



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45
SURABAYA TLP. 08
EMAIL PERPUS UNTAG
SBY.AC.ID

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jodhistira Ananda Wuryanto
NBI : 1151900365
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada badan perpustakaan universitas 17 agustus 1945 surabaya Hak Bebas Royalty Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

“Strategi Pengelolaan Akun Instagram @Dodolan_Second Dalam Melakukan Promosi”

Dengan hak bebas royalti noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), badan perpustakaan universitas 17 agustus 1945 surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945

Pada Tanggal : 23 Oktober 2023

Yang Menyatakan,

Jodhistira Ananda Wuryanto

ABSTRACT

Technological sophistication has developed rapidly so that it requires the internet. The internet itself is a medium that is often used by many people to find all the information they need, for example social media. One of the social media that is popular to use in this era is Instagram. Instagram itself is one of the media that can be managed for promotion. Therefore, when using an Instagram social media account, you must use a management strategy so that it is in accordance with planning.

This research aims to explain: Instagram Account Management Strategy @dodolan_second in promoting thrift shops on Instagram, and Results of Instagram Account Management @dodolan_second. The research method used in this research uses a qualitative approach. The data collection techniques used are through interviews, observation and documentation. The informants for this research are the owner and admin of the @dodolan_second account, as well as consumers.

The results of this research show that the @dodolan_second Instagram Account Management Strategy goes through the stages of planning, organizing, actuating, controlling and evaluating. After that, the results obtained through managing the @dodolan_second account were a significant increase in followers every month, and consumers who were very satisfied with the content presented attractively through the visual content displayed and consistency in uploading content every day.

Keywords: Strategy, Management, Thrift, Instagram, Promotion

ABSTRAK

Kecanggihan teknologi telah berkembang pesat sehingga membutuhkan internet. Internet sendiri adalah media yang seringkali dimanfaatkan oleh banyak masyarakat untuk mencari segala informasi yang dibutuhkan, contohnya adalah sosial media. Salah satu sosial media yang digemari untuk digunakan di era ini yaitu Instagram. Instagram sendiri menjadi salah satu media yang dapat dikelola untuk melakukan promosi. Oleh sebab itu, saat menggunakan akun sosial media Instagram harus menggunakan strategi pengelolaan agar dapat sesuai dengan perencanaan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan: Strategi Pengelolaan Akun Instagram @dodolan_second dalam mempromosikan thrift shop di Instagram, dan Hasil Pengelolaan Akun Instagram @dodolan_second. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Pendekatan Kualitatif. Teknik Pengumpulan Data yang digunakan yaitu melalui Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Informan penelitian ini adalah owner dan admin akun @dodolan_second, serta konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pengelolaan Akun Instagram @dodolan_second yaitu melalui tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi. Setelah itu, hasil yang didapat melalui pengelolaan akun @dodolan_second yaitu dengan adanya peningkatan follower yang cukup meningkat setiap bulan, dan konsumen yang sangat puas dengan konten yang disajikan secara menarik melalui visual konten yang ditampilkan dan konsistensinya dalam upload konten setiap harinya.

Kata Kunci: *Strategi, Pengelolaan, Thrift, Instagram, Promosi*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan. Dalam Skripsi yang berjudul “Strategi Pengelolaan Akun Instagram @dodolan_second Dalam Melakukan Promosi”. Selain itu, peneliti juga memiliki harapan agar penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi Perusahaan maupaun instansi dalam melakukan pengelolaan akun Instagram agar dapat melakukan promosi dengan baik sehingga dapat meningkatkan penjualan. Harapan juga ditaruh peneliti agar penelitian skripsi ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengelolaan dan promosi.

Saya selaku peneliti dan penulis skripsi ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Saya ingin memberi ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa, Allah SWT yang sudah memberikan anugerah dan karunia-Nya berupa akal pikiran, kesehatan dan kekuatan lahir dan batin untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga yang selalu memberi dukungan pada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Vania selaku pacar saya, yang sudah menemani dalam menyusun skripsi dan melakukan penelitian serta memberikan semangat dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Pihak @dodolan_second yaitu Pak Gigih dan Mas Endroe yang telah membantu proses pengumpulan data dengan sangat kooperatif.
5. Teman saya Michael, Yehezkiel, Stefanus dan Jaka yang senantiasa memberikan dorongan untuk mengerjakan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah berjuang bersama dalam menyusun skripsi ini terutama Tegar, Rendy & Arya
7. Dr. Bambang Sigit Pramono, S. Sos. M.Si. dan A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S. Sos., M. Med.Kom selaku dosen pembimbing
8. Seluruh dosen ilmu komunikasi yang telah mengajar dan memberikan

ilmu yang bermanfaat kepada saya saat menempuh pendidikan. Sebagai penutup ucapan, saya berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 14 Januari 2024

Peneliti

JODHISTIRA ANANDA W

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	8
2.2.1.1 Konsep <i>Integrated Marketing Communication</i>	9
2.2.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	10
2.3 Landasan Konseptual	11
2.3.1 Strategi	11
2.3.2 Pengelolaan	11
2.3.3 Instagram.....	12
2.3.4 Pengelolaan Instagram.....	12
2.3.5 Promosi	13

2.3.6 Manajemen Komunikasi.....	13
2.4 Kerangka Pemikiran.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Pendekatan Penelitian.....	15
3.2 Jenis Penelitian.....	15
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	16
3.3.1 Subjek Penelitian.....	16
3.3.2 Objek Penelitian.....	16
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	16
3.4.1 Jenis Data (Primer dan Sekunder).....	16
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.5 Teknik Analisis Data.....	17
3.6 Keabsahan Data.....	18
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	21
4.1 Profil @dodolan_second.....	21
4.1.1 Sejarah Akun @dodolan_second.....	21
4.1.2 Akun Instagram @dodolan_second.....	22
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	22
4.2.1 Analisis Strategi Pengelolaan Akun Instagram @dodolan_second dengan <i>Integrated Marketing Communication</i>	22
4.2.2 Analisis Strategi Pengelolaan Akun Instagram @dodolan_second dengan Teori Manajemen Komunikasi.....	26
4.2.3 Analisis Hasil Strategi Pengelolaan Akun Instagram @dodolan_second Dalam Melakukan Promosi.....	32
BAB V PENUTUP.....	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Rekomendasi.....	35
5.2.1 Secara Teoritis.....	35
5.2.2 Secara Praktis.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36
LAMPIRAN.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 4. 1 Organizing	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Dasar Pemikiran	14
Gambar 4. 1 Logo @dodolan_second	21
Gambar 4. 2 Profil Akun Instagram @dodolan_second	22
Gambar 4. 3 Produk @dodolan_second	23
Gambar 4. 4 Promo Harga @dodolan_second.....	24
Gambar 4. 5 Toko Offline @dodolan_second	24
Gambar 4. 6 Promosi Flash Sale	25
Gambar 4. 7 Peningkatan Followers dari IG Tools.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	38
Lampiran 2 Dokumentasi.....	51
Lampiran 3 Kartu Bimbingan.....	54