

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis sangat berterima kasih kepada Tuhan yang Maha Esa karena peneliti dapat menyelesaikan penelitian. Tugas akhir ini dengan judul “Pemanfaatan *Influencer* Melalui Instagram dalam mempromosikan produk terbaru Pt Optik Seis Jaya Jakarta” akan di diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Peneliti sangat berterima kasih juga kepada beberapa pihak yang mendukung peneliti hingga penelitian ini selsai. Peneliti menyadari bahwa tanpa Bimbingan, bantuan dan doa dari mereka penelitian ini tidak dapat terselesaikan. Dengan begitu peneliti sangat bersyukur dan sangat berterima kasih kepada pihak yang mendukung, yaitu kepada;

- 1) Kepada Ibu Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 2) Kepada Ibu Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
- 3) Kepada Bapak Drs. Roy R. Rondonuwu, Dipl.-Inf, M.Lib., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti.
- 4) Kepada Ibu Dr.Dra. Desideria Lumongga Dwihadiah, M.Si., Ibu Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom.Selaku penguji tugas akhir
- 5) Kepada Ibu Marsefio Sevyone Lukhukay, S.Sos., M.Si., Ibu Novatri G.Pakan,S.Ikom., dan Ibu Sri Dwi Depvina Sirait,S.Pd., selaku Tim Kordinator Tugas Akhir
- 6) Kepada Ibu Rose Emmaria Tarigan, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik selama proses perkuliahan.
- 7) Kepada seluruh Dosen dan Staff Universitas pelita Harapan yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat untuk digunakan di masa depan.
- 8) Kepada Gunardi Soetedjo dan Janti Leoginta, selaku Orang tua peneliti dalam memberikan dukungan dan semangat yang besar kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
- 9) Kepada Tania Velin Soetedjo., selaku saudara kandung peneliti yang setia membantu peneliti dalam memberikan motivasi.
- 10) Kepada Billy Robert., selaku saudara peneliti yang selalu menghibur peneliti dan selalu memberikan semangat.
- 11) Kepada Bryan Anderson, Jason kent, Nathasya Graciella, Alvin suwanto, Isabella florenci., selaku sahabat yang menyemangati peneliti dan membantu memberikan masukan di saat peneliti merasa kehabisan ide.
- 12) Kepada Ibu Lokita, William, Devi gunawan dan Kevin Sutedja., selaku informan yang ingin memberikan masukan dan data-data pada penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terselsaikan.

Dengan demikian, peneliti juga menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan. Peneliti sangat menghargai kritik dan saran dari pembaca karena dapat memberikan informasi dan wawasan yang lebih lagi. Terima kasih

Jakarta, Juli 2021

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSYARATAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II: SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	11
2.1 Subjek Penelitian.....	11
2.2 Objek Penelitian	13
2.2.1 Perusahaan Optik Seis	13
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	19
3.1 Komunikasi Pemasaran.....	19
3.1.1 Marketing Mix.....	20
3.1.2 Strategi Push-Pull-Pass.....	21
3.2 Media Sosial.....	23
3.2.1 Manfaat Media Sosial.....	24
3.3 Instagram.....	25
3.4 Promosi	27
3.4.1 Tujuan Promosi	29
3.4.2 Bauran Promosi (Promotions Mix)	30
3.5 <i>Influencer</i> Sebagai Alat Pemasaran	31
3.5.1 Peran <i>Influencer</i>	32
3.5.2 Jenis-Jenis <i>Influencer</i>	33
3.5.3 Aspek <i>Influencer</i>	34
BAB IV: METODE PENELITIAN	36
4.1 Metode Penelitian.....	36
4.2 Teknik Pengumpulan Data	39
4.3 Uji Keabsahan Data.....	42
4.4 Metode Analisis Data Dengan Berpikir Induktif	43
BAB V: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
5.1 Hasil Penelitian.....	46
5.1.1 Hasil Wawancara Dengan Marketing Optik Seis.....	46
5.1.1.1 Optik Seis pernah bekerjasama dengan <i>influencer</i> dalam melakukan promosi	48
5.1.1.2 Latarbelakang Optik Seis Dalam Melakukan Kegiatan Promosi.	48
5.1.1.3 Hasil pemanfaatan <i>influencer</i> melalui instagram untuk kegiatan promosi	
produk terbaru Optik Seis.....	50

5.1.1.4 Berjalan sesuai rencana atau tidaknya kegiatan promosi Optik Seis menggunakan jasa <i>Influencer</i>	51
5.1.1.5 Cara mengukur keberhasilan sebuah promo menggunakan Influencer di Instagram	52
5.1.1.6 Penggunaan jasa <i>Influencer</i> dalam melakukan kegiatan promosi produk Seis sekarang ini.....	54
5.1.1.7 Kriteria yang tepat untuk produk seis sehingga promosi dapat tersampaikan dengan baik.....	55
5.1.1.8 Kegiatan promosi menggunakan Influencer lebih efektif di bandingkan dengan cara promosi lainnya.....	56
5.1.1.9 Manfaat dan keuntungan yang di dapatkan oleh seis Ketika menggunakan influencer untuk promosi di instagram.....	57
5.1.1.10 Penggunaan influencer tersebut khusus untuk produk baru Optik Seis	59
5.2 Pembahasan.....	61
5.2.1 Bagaimana pemanfaatan influencer melalui Instagram yang dilakukan oleh optik seis dalam mempromosikan produk terbarunya?	61
5.2.2 Mengapa Optik Seis memanfaatkan influencer melalui Instagram dalam mempromosikan produk terbarunya?.....	65
BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN	69
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran.....	71
6.2.1 Kepada Optik Seis	71
6.2.2 Kepada Masyarakat	71
6.2.3 Kepada Peneliti Selanjutnya.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN A	A-1
LAMPIRAN B	B-2
CURRICULUM VITAE	B-33



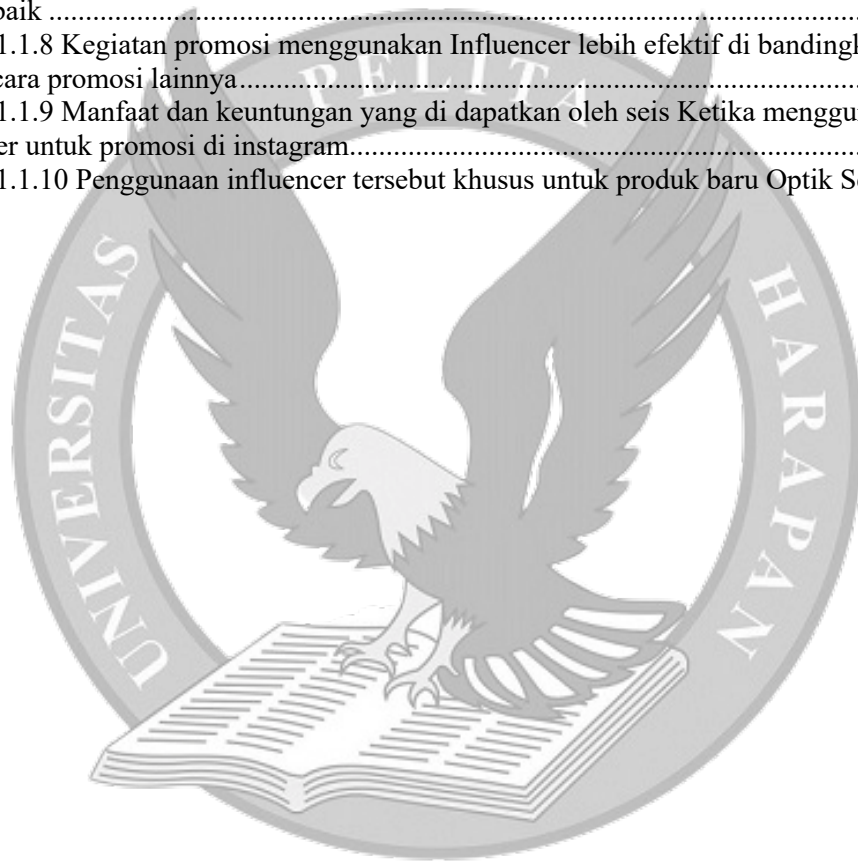
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna media sosial di indonesia tahun 2020.....	2
Gambar 2 Logo Optik Seis.....	14
Gambar 3 Profil Instagram Optik Seis	16
Gambar 4 Konten promosi baru merek police dengan menggunakan influencer Lewis Hamilton.....	17
Gambar 5 Live shopping bersama influencer Bimo Permadi	18



DAFTAR TABEL

Tabel 5.1.1.1 Optik Seis pernah bekerjasama dengan <i>influencer</i> dalam melakukan promosi.....	48
Tabel 5.1.1.2 Latarbelakang Optik Seis Dalam Melakukan Kegiatan Promosi.....	48
Tabel 5.1.1.3 Hasil pemanfaatan influencer melalui instagram untuk kegiatan promosi produk terbaru Optik Seis	50
Tabel 5.1.1.4 Berjalan sesuai rencana atau tidaknya kegiatan promosi Optik Seis menggunakan jasa <i>Influencer</i>	51
Tabel 5.1.1.5 Cara mengukur keberhasilan sebuah promo menggunakan Influencer di Instagram.....	52
Tabel 5.1.1.6 Penggunaan jasa <i>Influencer</i> dalam melakukan kegiatan promosi produk Seis sekarang ini.....	54
Tabel 5.1.1.7 Kriteria yang tepat untuk produk seis sehingga promosi dapat tersampaikan dengan baik	55
Tabel 5.1.1.8 Kegiatan promosi menggunakan Influencer lebih efektif di bandingkan dengan cara promosi lainnya.....	56
Tabel 5.1.1.9 Manfaat dan keuntungan yang di dapatkan oleh seis Ketika menggunakan influencer untuk promosi di instagram.....	57
Tabel 5.1.1.10 Penggunaan influencer tersebut khusus untuk produk baru Optik Seis.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
A-1 LEMBAR MONITORING TUGAS AKHIR.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-2
B-1 DATA NARASUMBER.....	B-2
B-2 PERTANYAAN PENELITIAN.....	B-2
B-3 TRANSKRIP WAWANCARA.....	B-2
B-4 OPEN CODING.....	B-17
B-5 AXIAL CODING.....	B-24
B-6 SELECTIVE CODING.....	B-31
B-7 HASIL CEK TURNITIN.....	B-32
CURRICULUM VITAE.....	B-33

