



Judul Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG EVENT MUSIK WE  
THE FEST 2019**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan  
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia

NIM : 1410411114



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia

NIM : 1410411114

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 4 Juli 2020

Yang Menyatakan



Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh

Nama : Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia

N I M : 1410411114

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PENGUNJUNG EVENT MUSIK WE THE FEST 2019


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

**Pembimbing Utama**



**Puri Bestari Mardani, M.Si**

**Pembimbing Skripsi Pendamping**



**Vina Mahdalena, S.I.Kom., M.Si.**



**Ketua Program Studi**  
**Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si.**

**Ditetapkan di : Jakarta**

**Tanggal Ujian : 14 Juli 2020**

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia

NRP : 1410411114

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta hak bebas royalti non-eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah yang berjudul :

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG EVENT MUSIK WE THE FEST 2019**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media, atau format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/penulis dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 4 Juli 2020

Yang Menyatakan,



Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia

# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG EVENT MUSIK WE THE FEST 2019**

**Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia**

## **ABSTRAK**

Latar belakang dalam penelitian ini di dasarkan dengan adanya iklan di media sosial Instagram yang sedang diminati masyarakat saat ini. Hal ini membuat penulis melakukan penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung Event Musik We The Fest. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SOSTAC, serta konsep tentang media sosial Instagram. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam. Data dalam penelitian ini adalah wawancara terhadap Media Relations dari Ismaya Group. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung dapat dipengaruhi dari strategi yang dipakai dan jumlah followers di Instagram yang menentukan keberhasilan dan peningkatkan jumlah pengunjung Event musik We The Fest 2019. Sehingga membuat Event Musik We The Fest terus meningkat melalui publikasi yang dilakukan menggunakan Media Sosial Instagram seiring berjalannya waktu. Untuk kedepannya diharapkan mampu memberikan strategi yang lebih unik di Media Sosial Instagram agar semakin meningkatkan jumlah pengunjung di tahun-tahun berikutnya.

**Kata kunci** : Strategi, Media Sosial Instagram, SOSTAC, Event musik We The Fest.

**SOCIAL MEDIA MARKETING COMMUNICATION INSTAGRAM  
STRATEGIES IN INCREASING THE NUMBER OF VISITORS MUSIC EVENT  
WE THE FEST 2019**

**Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia**

**ABSTRACT**

*The background in this study is based on the existence of advertisements on Instagram social media which are currently in demand by the public. This makes the authors conduct research on the Instagram Social Media Marketing Communication Strategy in increasing the number of visitors to the We The Fest Music Event. The analysis model used in this study is SOSTAC, as well as the concept of Instagram social media. The approach in this research uses qualitative research with data collection research methods using in-depth interviews. The data in this study were interviews with the Media Relations of the Ismaya Group. The results of this study can be concluded that the number of visitors can be influenced by the strategies used and the number of followers on Instagram which determine the success and increase in the number of visitors to the We The Fest 2019 music event. So that the We The Fest Music Event continues to increase through publications conducted using Instagram Social Media. as time goes by. In the future, it is hoped that it will be able to provide a more unique strategy on Instagram Social Media in order to further increase the number of visitors in the following years.*

**Keywords :** *Strategy, Social Media Instagram, SOSTAC, Event music We The Fest*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat karunia-Nya, sehingga skripsi ini telah berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September 2019 sampai dengan Desember 2019 dengan judul “Strategi Iklan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Event musik WE THE FEST 2019.”. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, dan Ibu Maria Febiana Christanti, M. Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Kemudian ucapan terimakasih kepada Ibu Puri Bestari Mardani, M.Si dan Ibu Vina Mahdalena, S.Ikom, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terimakasih kepada orang tua tercinta Bapak Tonny Supriady dan Ibu Siti Sulaeha, serta kakak tersayang Muhammad Alvin Juliardy Santofia, dan seluruh keluarga yang telah memberikan semangat dan doa kepada penulis. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman tersayang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan serta seluruh teman-teman yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 4 Juli 2020

Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>   | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>BAB I.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN .....</b>   | <b>1</b>    |
| I.1    Signifikansi Penelitian.....  | 1           |
| I.2    Fokus Penelitian .....  | 7           |
| I.3    Pertanyaan Penelitian .....   | 7           |
| I.4    Tujuan Penelitian.....  | 7           |
| I.5    Manfaat Penelitian.....   | 7           |
| I.6    Sistematika Penelitian .....  | 8           |
| <b>BAB II .....</b>  | <b>10</b>   |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>  | <b>10</b>   |
| 2.1    Penelitian Terdahulu .....  | 10          |
| 2.2    Konsep-Konsep Penelitian .....  | 14          |
| 2.2.2 Periklanan .....   | 16          |
| 2.3    Model Analisis SOSTAC® .....  | 24          |
| 2.4    Kerangka Berpikir .....   | 28          |
| <b>BAB III.....</b>  | <b>29</b>   |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>   | <b>29</b>   |



|  |           |
|--|-----------|
| 3.1 Metode Penelitian .....                  | 29        |
| 3.2 Penentuan Informan .....                 | 31        |
| 3.3 Teknik Analisis Data.....                | 32        |
| 3.4 Teknik Keabsahan Data .....              | 33        |
| 3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian .....        | 34        |
| <b>BAB IV .....</b>                          | <b>35</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>35</b> |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....         | 35        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                   | 43        |
| 4.3 Pembahasan.....                          | 53        |
| <b>BAB V .....</b>                           | <b>57</b> |
| <b>PENUTUP.....</b>                          | <b>57</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                         | 57        |
| 5.2 Saran .....                              | 58        |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                         | <b>59</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                  | <b>79</b> |