



**STRATEGI IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG EVENT MUSIK  
DJAKARTA WERHOUSE PROJECT 2018.**

**SKRIPSI**

**SANDHIKA YUDHA PRIMA**

**1410411168**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**



**STRATEGI IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG EVENT MUSIK  
DJAKARTA WERHOUSE PROJECT 2018.**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Ilmu Komunikasi**

**SANDHIKA YUDHA PRIMA**

**1410411168**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**

*Terima kasih Ayah dan Ibu, atas ribuan doa, atas semua nasihat, atas sebuah mimpi yang harus diraih, agar kelak aku menjadi laki-laki yang sukses yang dapat membanggakan dan membahagiakan.*

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah Saya nyatakan dengan benar :

Nama : Sandhika Yudha Prima

NRP : 1410411168

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Bila mana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Juli 2018

Yang Menyatakan,



Sandhika Yudha Prima

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai Civitas Akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sandhika Yudha Prima  
NIM : 1410411168  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan

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 saya yang berjudul: **Strategi Iklan Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung Event Musik Djakarta Warehouse Project**. Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Juni 2018

Yang Menyatakan,



Sandhika Yudha Prima

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Sandhika Yudha Prima

NRP : 1410411168

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul Skripsi : STRATEGI IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM  
MENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG EVENT MUSIK  
DJAKARTA *WAREHOUSE PROJECT* 2018

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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**



(Yani Hendrayani, Ph.D)

**Pembimbing Pendamping**



(Dr.Wahidah R Bulan, M.Si)

**Ketua Program Studi**



(Damayanti, S.Sos., M.Si)

**Ditetapkan di : Jakarta**

**Tanggal Ujian : 19 Juli 2018**

# **Strategi Iklan Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung Event Musik Djakarta Warehouse Project**

Sandhika Yudha Prima

## **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 Iklan Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung *Event Musik Djakarta Warehouse Project*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications*, 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 PR and Media Relations dari Ismaya Group..Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung dapat ditentukan dari strategi yang dipakai dan jumlah *followers* di Instagram yang menentukan keberhasilan dan peningkatan jumlah pengunjung *Event musik Djakarta Warehouse Project 2018*. Sehingga membuat *Event Musik Djakarta Warehouse project* terus meningkat melalui publikasi yang dilakukan menggunakan Media Sosial Instagram seiring berjalannya waktu. Untuk kedepannya mungkin dapat ditingkatkan lagi kerja sama tim dalam meningkatkan strategi di Media Sosial Instagram agar semakin banyak jumlah pengunjung di tahun-tahun berikutnya.

**Kata Kunci** :Strategi, Media Sosial Instagram, Uses and Gratifications, Event music Djakarta Warehouse Project

***Social Media Advertising Strategy Instagram in increasing the number of visitors to the Event Music Djakarta Warehouse Project***

*Sandhika Yudha Prima*

***ABSTRACT***

*Background in this research is based on the advertisement in social media of Instagram which is in demand by society at this time. This makes the authors do research on Social Media Ads Instagram Strategies in increasing the number of visitors Music Event Djakarta Warehouse Project. The theory used in this research is the theory of Uses and Gratifications, as well as the concept of social media Instagram. Approach in this research use qualitative research type with research method of data collecting using depth interview. Data in this research is interview to PR and Media Relations of Ismaya Group .. The result of this research can be concluded that the number of visitors can be determined from the strategy used and the number of followers in Instagram that determine the success and increase the number of visitors Djakarta Warehouse Project 2018 music event. making the Djakarta Music Event Warehouse project continues to increase through publications conducted using Social Media Instagram over time. For the future may be increased again teamwork in improving strategies in Social Media Instagram for more and more number of visitors in the following years.*

***Keywords:*** *Strategy, Social Media Instagram, Uses and Gratifications, Event music Djakarta Warehouse Project*



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, nikmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Strategi Iklan Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung Event Musik Djakarta Warehouse Project”**.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

- 1) Terima kasih kepada Allah SWT yang telah mempermudah segala urusan dalam menyusun skripsi ini.
- 2) Terima kasih kepada ke dua orang tua yang telah membimbing peneliti hingga saat ini
- 3) Dr. Antar Venus, M.Comm, MA, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta yang memfasilitasi dengan kebijakan-kebijakannya.
- 4) Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Wakil Dekan I FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
- 5) Damayanti, S.Sos. M. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
- 6) Yani Hendrayani Ph.D selaku Dosen Pembimbing 1 dan Dr. Wahidah R. Bulan, M,Si selaku Dosen Pembimbing 2 peneliti. Terimakasih banyak atas bantuannya selama bimbingan, saran dan kritik yang membangun untuk penulisan dan penyelesaian skripsi ini.
- 7) Ismaya Live yang telah mengizinkan peneliti untuk meneliti event Djakarta Warehouse Project.
- 8) Terima kasih kepada Pojok Team yang sudah mengizinkan tempatnya untuk dijadikan tempat dalam menyelesaikan skripsi ini
- 9) Rekan seperjuangan peneliti khususnya Adji Hartono, Alexander Cakra, Bima Dwi T, Fikri Arrosyid, Nindhita Laksmitha, Novita Ratna Sari, Tiara Rizki, Ratih Melly, Asri Fidy, Andri Satriawan Wibawa, Monica Riska, Cindy Adellyna dan teman-teman mahasiswa/i FISIP 2014.

10) Semua pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini. Untuk itu kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk memperbaiki proposal skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap semoga proposal ini dapat menjadi bacaan yang bermanfaat bagi semua.

Akhir kata peneliti memanjatkan doa semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal serta melimpahkan rahmat kasih sayang yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan khususnya mahasiswa UPN "Veteran" Jakarta.

Jakarta, 19 Juli 2018



Sandhika Yudha Prima

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR ORISINILITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	
I.1 Signikasi Penelitian .....	1
I.2 Fokus Penelitian .....	10
I.3 Pertanyaan Penelitian .....	10
I.4 Tujuan Penelitian.....	11
I.5 Manfaat Penelitian.....	11
I.6 Sistematika Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	
II.1 Penelitian Terdahulu .....	13
II.2 Konsep Penelitian.....	16
II.3 Teori Penelitian .....	28
II.4 Kerangka Berfikir.....	30

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	
III.1 Metodologi Penelitian.....	32
III.2 Metode Pengumpulan Data.....	35
III.3 Penentuan Informan .....	35
III.4 Teknik Analisis Data.....	39
III.5 Teknik Keabsahan Data .....	40
III.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	43
IV.2 Identitas <i>Djakarta Warehouse Project</i> .....	53
IV.3 Struktur <i>Djakarta Warehouse Project</i> .....	54
IV.4 Pembahasan .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	
V.1 Kesimpulan .....	83
V.2 Saran.....	84

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	14
------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pengguna Internet Indonesia .....	2
Gambar 2 Sosial Media yang paling Banyak Dikunjungi .....	3
Gambar 3 Keuntungan Negara dari <i>Event DWP</i> .....	9
Gambar 4 Logo <i>Djakarta Warehouse Project</i> .....	52
Gambar 5 Maskot <i>Djakarta Warehouse Project</i> .....	53
Gambar 6 Menunjukkan Panggung Indonesia.....	54
Gambar 7 Struktur Organisasi .....	55
Gambar 8 Tampilan <i>Website Djakarta Warehouse Project</i> .....	61
Gambar 9 Tampilan Instagram <i>Djakarta Warehouse Project</i> .....	63
Gambar 10 Tampilan Youtube <i>Djakarta Warehouse Project</i> .....	64
Gambar 11 Proses Perancangan Konten Media Sosial Instagram .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Surat Permohonan Riset .....	A1
	Surat Persetujuan Riset .....	A1
Lampiran B	Transkrip Wawancara .....	B1
Lampiran C	Daftar Riwayat Hidup .....	C1
Lampiran D	Dokumentasi Penelitian .....	D1