



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI @PANCA\_GARAGE DALAM PENGGUNAAN  
INFLUENCER DIMEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**VIKKY NURROHMAN**

**NPM. 203516416120**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**JAKARTA**

**2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI @PANCA\_GARAGE DALAM PENGGUNAAN  
INFLUENCER DIMEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**VIKKY NURROHMAN**

**NPM. 203516416120**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGY OF @PANCA\_GARAGE IN UTILIZING  
INFLUENCERS ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM**

**THESIS**

Submitted as one of the requirements for obtain a  
Bachelor Degree in Communication Studies (S.I.Kom)

**VIKKY NURROHMAN**

**NPM. 203516416120**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE  
STUDY PROGRAM COMMUNICATION SCIENCE**

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang betanda-tangan dibawah ini:

Nama : Vikky Nurrohman

NIM : 203516416120

Judul Skripsi : Strategi @Panca\_Garage Dalam Penggunaan Influencer  
Di Media Sosial Instagram

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 17 Februari 2024



Vikky Nurrohman



UNIVERSITAS NASIONAL  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Vikky Nurrohman  
NPM : 203516416120  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul Skripsi : *Strategi 6 Panca Garage Dalam Penggunaan Influencer  
Di Media Sosial Instagram*  
Diajukan Untuk : Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Disetujui untuk diujikan,**

Jakarta, 26 Januari 2024

Dosen Pembimbing:

(Raden Dianta Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv.)

Dosen Pembimbing:

(Dhuji Luctana Rajagukguk, S.Sos., M.Si.)

UNIVERSITAS NASIONAL



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN**  
**ILMUPOLITIK**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Vikky Nurrohman  
NPM : 203516416120  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi @Panca\_Garage Dalam Penggunaan Influencer Di Media Sosial Instagram  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu syarat dari persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

**Disetujui untuk disahkan,**

Jakarta, 2 Maret 2024

Dosen Pembimbing

Dekan FISIP

**Raden Daniel Wisnu Wardhana, S.IP.,M.F.Tv**

  

**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Vikky Nurrohman

NPM : 203516416302

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi @Panca\_Garage Dalam Penggunaan Influencer Di Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang : Dr. Mary Isnowati, M.Si.

Pembimbing : Raden Daniel Wisnu Wardhana, S.IP.,M.F.Tv.

Penguji 1 : Humaini, S.Sos., M.A.

Penguji 2 : Raden Daniel Wisnu Wardhana, S.IP.,M.F.Tv.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 02 Maret 2024

## KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, Puji Syukur Kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Skripsi ini membahas tentang

“Strategi @Panca\_Garage Dalam Penggunaan Influencer Di Media Sosial Instagram “

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih sebesar besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Enawati Chotim, M.Si. selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Dan Administrasi Umum.
4. Dr. (C). Angga Sulaiman, S.I.P., M.AP Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswa, Kerjasama Dan SDM.
5. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional;
6. Bapak Nursatyo, M.Si Selaku Wakil Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
7. Bapak Raden Daniel Wisnu Wardana., S.IP., M.F.Tv. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan menyediakan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi;



8. Ibu Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.. selaku Dosen pembimbing akademik penulis dan selaku Kaprodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan;
9. Segenap Dosen Program Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelumnya penulis tidak ketahui;
10. Keluarga yang penulis sangat cintai Mama, Bapak, Ade, penulis yang selalu mendoakan penulis serta mendukung penulis sepenuh hati dan membimbing penulis dalam kehidupan, dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu turut serta dalam dukungan dan bimbingan disetiap perjalanan kehidupan penulis. Hanya doa dan ucapan yang mampu penulis ungkapkan dalam rasa syukur;
11. Bapak Irwan Cipto dan Keluarga serta rekan rekan Panca Garage yang mendukung penulis dan diizinkan untuk meneliti usahanya.
12. Terima kasih untuk Om Deny Raharja dan rekannya yang sudah senantiasa memotivasi penulis dan mendukung penulis
13. Kepada teman teman periklanan bang Shaugi Ali, Fahri Adhyasta, Alex Tanjung atas supportnya selama perkuliahan berlangsung.
14. Teman teman seangkatan yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas bantuan serta jasa yang sudah diberikan kepada penulis.

Penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, saya berharap Allah SWT Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi para pembaca dan khususnya dalam bidang pengembangan ilmu komunikasi.

Jakarta, 05 February 2024



Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vikky Nurrohman  
NPM : 203516416120  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti noneksklusif (*non-exclusive royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi @Panca\_Garage Dalam Penggunaan Influencer Di Media Sosial Instagram “

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 17 February 2024

Yang menyatakan



Vikky Nurrohman

## ABSTRAK

Nama : Vikky Nurrohman

Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan

Judul : Strategi @Panca\_Garage Dalam Penggunaan Influencer Di Media Sosial Instagram

Pembimbing : Raden Daniel Wisnu Wardana., S.IP., M.F.Tv.

Perkembangan era digital telah mendorong perubahan signifikan dalam operasional dan komunikasi perusahaan jasa, memunculkan kebutuhan akan transformasi digital yang efektif. Kolaborasi pemasaran yang melibatkan influencer di media sosial, terutama di Instagram, menjadi strategi yang dominan untuk membangun kesadaran produk atau jasa. Panca Garage, sebagai bengkel otomotif, turut berpartisipasi dalam kolaborasi dengan influencer, termasuk para kreator video industri otomotif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi yang diterapkan oleh Panca Garage dalam memanfaatkan influencer di media sosial Instagram. Menggunakan konsep strategi komunikasi pemasaran dan teori influencer marketing, penelitian ini menganalisis langkah-langkah yang diambil oleh Panca Garage dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran melalui influencer di Instagram. Jenis penelitian dengan yaitu metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dari wawancara dan data sekunder, memberikan gambaran komprehensif tentang strategi ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Panca Garage melalui Instagram melibatkan langkah-langkah seperti penentuan segmentasi, target pasar, dan pengevaluasian posisi pasar. Pemanfaatan fitur instagram kemudian pemilihan influencer didasarkan pada kesesuaian karakter, pemilihan platform yang tepat, dan diakhiri dengan pengunggahan konten yang dilakukan oleh influencer. Engagement rate dari setiap akun influencer dan Panca Garage menjadi parameter penilaian keberhasilan kolaborasi ini. Penelitian ini memberikan wawasan tentang efektivitas strategi pemasaran influencer dalam mendukung tujuan bisnis Panca Garage.

**Kata Kunci :** Komunikasi Pemasaran, Pemasaran influencer, Perusahaan jasa otomotif

## ABSTRACT

Name : Vikky Nurrohman

Study Program : Communication Science / Advertising

Title : Strategy Of @Panca\_Garage In Utilizing Influencers On Social Media Instagram

Counsellor : Raden Daniel Wisnu Wardana., S.IP., M.F.Tv.

The development of the digital era has led to significant changes in the operations and communication of service companies, prompting the need for effective digital transformation. Marketing collaborations involving influencers on social media, especially on Instagram, have become a dominant strategy to build awareness of products or services. Panca Garage, as an automotive workshop, actively participates in collaborations with influencers, including creators in the automotive industry. This research aims to examine the strategies employed by Panca Garage in leveraging influencers on Instagram. Utilizing the concepts of marketing communication strategy and influencer marketing theory, this study analyzes the steps taken by Panca Garage in implementing marketing communication strategies through influencers on Instagram. The research adopts a descriptive qualitative method, using primary data from interviews and secondary data, providing a comprehensive overview of these strategies. The results indicate that Panca Garage's marketing communication strategy on Instagram involves steps such as segmentation determination, target market identification, and market positioning evaluation. The use of Instagram features, influencer selection based on character alignment, choosing the right platforms, and concluding with content uploads by influencers are integral aspects of the strategy. The engagement rate from each influencer's account and Panca Garage serves as parameters for evaluating the success of these collaborations. This research provides insights into the effectiveness of influencer marketing strategies in supporting Panca Garage's business objectives.

**Keywords:** *Marketing Communication, Influencer Marketing, Automotive Service Company*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematik Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Konsep .....	14
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	14
2.2.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	18
2.2.3 Internet Marketing.....	22
2.2.4 Media Sosial.....	24
2.2.4 Instagram.....	25
2.3 Teori <i>Influencer Marketing</i> .....	28
2.4 Kerangka Pemikiran .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Penentuan Informan .....	36
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>

4.1	Gambaran Umum .....	44
4.1.1	Sejarah Panca Garage.....	44
4.1.2	Visi dan Misi Panca Garage.....	46
4.1.3	Logo Panca Garage .....	47
4.1.4	Struktur Organisasi .....	49
4.1.5	Profil Instagram @panca_garage.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Panca Garage .....	53
4.2.2	Strategi Penggunaan Influencer di Media Sosial Instagram .....	59
4.3	Pembahasan .....	81
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>		<b>89</b>
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran.....	90
<b>DAFTAR REFERENSI</b>		
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Sosisal media ( Indonesia 2023 ) .....	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna Influencer Di Sosial Media 2023 .....	4
Gambar 2. 1 Unsur-Unsur Komunikasi dalam Pemasaran .....	16
Gambar 4. 1 Logo Panca Garage Official .....	47
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	49
Gambar 4. 3 Halaman Profil Pengguna Instagram @Panca_Garage .....	51
Gambar 4. 4 Layanan Produk dan Layanan Panca Garage .....	54
Gambar 4. 5 Pricelist Panca Garage .....	55
Gambar 4. 6 Lokasi Panca Garage .....	56
Gambar 4. 7 Profil Instagram Influencer Harry Affandy .....	62
Gambar 4. 8 Profil Instagram Influencer Akang MV .....	62
Gambar 4. 9 Profil Instagram Influencer Steve Jou .....	63
Gambar 4. 10 Profil Instagram Influencer Mblo Rizki .....	63
Gambar 4. 11 Konten unggahan kolaborasi .....	68
Gambar 4. 12 Komentar instagram .....	77
Gambar 4. 13 Insight Instagram Panca Garage .....	86
Gambar 4. 14 Engagement @steve_jou .....	86
Gambar 4. 15 Engagement @akangmv_ .....	86
Gambar 4. 16 Engagement @mblo_rizki .....	87
Gambar 4. 17 Engagement @harry_affandy .....	87
Gambar 4. 18 Engagement @panca_garage .....	88

## DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Rekomendasi Bengkel .....	5
Table 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Informan Wawancara Penelitian.....	36
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	43





## LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Penugasan Bimbingan .....	96
Lampiran 1.2 Konsultasi Bimbingan .....	97
Lampiran 1.3 Turnitin .....	98
Lampiran 1.4 Pedoman Wawancara dan Transkrip Wawancara .....	99
Lampiran 1.5 Lampiran Dokumentasi .....	112

