



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PROMOSI KOMUNITAS SALIHARA ARTS CENTER MELALUI INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

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

**Khansa Nabila Sausan**

**183112351650137**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2023**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**SALIHARA ARTS CENTER COMMUNITY PROMOTION THROUGH  
INSTAGRAM**

**THESIS**

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of  
Communication Science (S.I.Kom)**

**Khansa Nabila Sausan**

**183112351650137**

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

**2023**



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
ILMU POLITIK JAKARTA

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Khansa Nabila Sausan  
NPM : 183112351650137  
Judul Skripsi : Promosi Komunitas Salihara Arts Center Melalui Instagram  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M. Si

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M. Si

UNIVERSITAS NASIONAL



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
ILMU POLITIK JAKARTA



**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini diajukan oleh : Khansa Nabila Sausan  
NPM : 183112351650137  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PROMOSI KOMUNITAS SALIHARA  
ARTS CENTER MELALUI INSTAGRAM

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

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang .....  
Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si  
Pembimbing I/Penguji I .....  
Umar Fauzi Bahanan, S.Sos, M.Si  
Pembimbing II/Penguji II .....  
Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta Tanggal : 27 /02/2023



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
ILMU POLITIK JAKARTA

#### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Khansa Nabila Sausan  
NPM : 183112351650137  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PROMOSI KOMUNITAS SALIHARA ARTS  
CENTER MELALUI 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,

Yang membuat pernyataan,

Khansa Nabila Sausan

## ABSTRAK

Nama : Khansa Nabila Sausan  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : PROMOSI KOMUNITAS SALIHARA ARTS  
CENTER MELALUI INSTAGRAM

<b>KATA KUNCI</b> Instagram, Promosi	<p>Promosi merupakan upaya komunikasi yang dilakukan untuk mempengaruhi para pelanggan atau konsumen agar mau menggunakan produk ataupun jasa yang di tawarkan. Kegiatan yang dapat dilakukan di media sosial antara lain komunikasi atau interaksi untuk memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto atau video. Instagram adalah media sosial berbasis gambar yang menyediakan layanan online untuk berbagi foto dan video. Instagram lahir dari pemahaman keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata 'insta' berasal dari kata 'instan', seperti kamera Polaroid yang lebih dikenal dengan istilah 'fotografi instan' pada saat itu. Instagram juga memungkinkan Anda untuk langsung melihat foto anda seperti foto Polaroid. Kata "gram" berasal dari kata "telegram", yang digunakan untuk mengirim informasi dengan cepat ke orang lain. Instagram memudahkan pengguna untuk mempromosikan produk mereka sendiri dengan meningkatkannya tanpa menghabiskan uang, tenaga, dan waktu. Menggunakan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran merupakan bagian dari promosi pemasaran. <b>Komunitas Salihara Arts Center menggunakan Instagram sebagai wahana untuk mempromosikan seni pertunjukan, seni rupa, pendidikan, dan diskusi.</b> Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Instagram sebagai media promosi Komunitas salihara arts center. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu metode yang mendeskripsikan hasil data yang diperoleh melalui obeservasi dan analisis data. Menggunakan Teori promosi menurut Kotler &amp; Keller promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen atau pasar yang dituju dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk atau perusahaan agar mereka mau membeli, promosi terdiri dari periklanan, pemasaran langsung, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Dapat dijelaskan berdasarkan analisis promosi yang menggunakan unsur periklanan dan promosi penjualan yang di tujukkan pada media sosial Instagram Komunitas Salihara, promosi yang dilakukan di media sosial Instagram mempunyai keunggulan yang lebih tinggi di banding dengan media sosial lainnya , hal ini dapat terlihat pada postingan yang diunggah oleh Komunitas Salihara bahwa Komunitas tersebut melakukan sebuah promosi program-program acara seni secara kreatif dan inovatif yang dapat banyak menarik perhatian dari konsumen ataupun calon konsumen, informasi yang diberikan oleh Komunitas Salihara sangat jelas dan tepat. Berdasarkan hasil analisis promosi juga didapati bahwa Komunitas Salihara melakukan komunikasi kepada konsumen dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk jasa atau perusahaan agar konsumen tertarik dan mau melakukan pembelian tiket acara seni yang dilaksanakan oleh Komunitas salihara.</p>
Pembimbing	Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

## ABSTRAK

Name : Khansa Nabila Sausan  
Study program : Communication Studies  
Title : **SALIHARA ARTS CENTER COMMUNITY PROMOTION THROUGH INSTAGRAM**

<p><b>KEYWORDS</b></p> <p>Promotion,Instagram</p>	<p>Promotion is a communication effort made to influence customers or consumers to use the products or services that are offered. Activities that can be carried out on social media include communication or interaction to provide information or content in the form of writing, photos or videos. Instagram is an image-based social media that provides online services for sharing photos and videos. Instagram was born from an understanding of the overall functionality of this application. The word 'insta' comes from the word 'instant', like a Polaroid camera which is better known as 'instant photography' at the time. Instagram also allows you to instantly view your photos like Polaroid photos. The word "gram" comes from the word "telegram", which was used to quickly send information to other people. Instagram makes it easy for users to promote their own products by enhancing them without spending money, effort and time. Using Instagram social media as a marketing communication medium is part of a marketing promotion. The Salihara Arts Center Community uses Instagram as a vehicle for promoting performing arts, fine arts, education, and discussion. The purpose of this research is to find out Instagram as a promotional medium for the Salihara Arts Center Community. By using a descriptive qualitative method, namely a method that describes the results of the data obtained through observation and data analysis. Using promotion theory according to Kotler &amp; Keller promotion is a way of communication carried out by companies to consumers or the target market with the aim of conveying information about products or companies so that they want to buy, promotion consists of advertising, direct marketing, individual selling, sales promotion and public relations . It can be explained based on an analysis of promotions that use advertising and sales promotion elements aimed at the Salihara Community Instagram social media, promotions carried out on Instagram social media have a higher advantage compared to other social media, this can be seen in the posts uploaded by The Salihara Community that the Community carries out a creative and innovative promotion of art programs that can attract a lot of attention from consumers or potential customers, the information provided by the Salihara Community is very clear and precise. Based on the results of the promotion analysis, it was also found that Komunitas Salihara communicates with consumers with the aim of conveying information about products, services or companies so that consumers are interested and want to buy tickets for art events held by the Komunitas Salihara.</p>
---	---

Supervisor	Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas 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. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah Bagaimana penggunaan media Instagram sebagai media promosi *Komunitas Salihara Arts Center*.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan, perhatian, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak, selama perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Saya hanya bisa mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang selama ini sudah mendukung saya, menyemangati saya, mendoakan keberhasilan saya, Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Dr. El Amry Bernawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional, saya ucapkan banyak terimakasih atas segala upaya untuk melancarkan saya dalam Menyusun skripsi ini.
2. Kepada Dr. Ernawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, saya ingin mengucapkan banyak terimakasih karena telah membuat saya bisa Menyusun skripsi ini.
3. Dr. Ahmad Muksin, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, SIP.,M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, terimakasih pak, selama ini Bapa sudah membantu saya, tanpa bantuan Bapa saya akan sulit Menyusun skripsi ini.
6. Serta Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya untuk mengarahkan dan membimbing saya dengan sabar tanpa rasa lelah dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, tanpa bimbingan dan ilmu yang Ibu berikan saya tidak akan mampu menyusun skripsi ini, terimakasih juga atas didikan ibu yang selama ini mengajar saya mulai smester satu sampai semester akhir, saya bersyukur di pertemukan oleh dosen yang hebat seperti Ibu.

7. Kepada Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos, M.S.i, selaku dosen PA saya, terimakasih bu, sudah memudahkan saya dalam segala urusan saya yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini, tanpa bantuan ibu saya tidak akan bisa Menyusun skripsi ini, terimakasih sekali lagi bu atas semua kemudahan yang ibu berikan.
8. Kepada orang tua saya, Mama dan Ayah saya mengucapkan banyak terimakasih dan rasa syukur karena telah memberikan bantuan semangat, doa, dan perhatian selama saya Menyusun skripsi ini. Doa yang Mama dan Ayah panjatkan siang malam tanpa henti agar saya bisa menyelesaikan skripsi ini, terimakasih Mama dan Ayah sudah sabar mendidik aku , terimakasih Mama dan Ayah sudah kuat hingga saat ini. Kepada teman- teman yang sudah membantu saya selama ini saya mengucapkan banyak terimakasih dan maaf karena sudah banyak merepotkan dan mau direpotkan. Terimakasih untuk Wardatul Janah , Tito Anbiya dan Saudara sekaligus teman baik saya Hana Khoirunnisa Fauziah.



Jakarta, 28 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Khansa Nabila Sausan'.

Khansa Nabila Sausan

## Daftar isi

UNIVERSITAS NASIONAL.....	i
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN.....	i
ILMU POLITIK JAKARTA.....	i
FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>5</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.1 TABEL PENELITIAN TERDAHULU .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Kerangka Teori.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2.1 Teori Promosi.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2.2 Bauran Promosi.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.3 Tujuan Promosi .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.4 Fungsi Promosi .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2.5 Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.6 Media Baru (New Media) .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.7 Media Sosial Instagram .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 Kerangka pemikiran .....</b>	<b>27</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
<b>3.1 Pendekatan Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>3.2 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>29</b>
<b>3.3 Subjek dan Objek .....</b>	<b>52</b>

3.3.1 Subjek .....	52
3.3.2 Objek .....	52
3.4 Teknik Analisis Data .....	53
3.5 Teknik Keabsahan Data .....	35
3.6 Lokasi Penelitian .....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum .....	37
4.1.1 Profil Komunitas Salihara .....	37
4.1.2 Profil Komunitas Salihara Arts Center .....	38
4.1.3 Tujuan, Visi dan Misi.....	39
4.1.4 Struktur Organisasi .....	41
4.1.5 Manfaat Komunitas Salihara Arts Centrex .....	42
4.1.6 Pendanaan dan Pemasaran .....	43
4.1.7 Program Komunitas Salihara .....	44
4.2 Gambaran Tentang Objek Penelitian.....	49
4.2.1 Sewa Tempat.....	52
4.3 Lokasi Penelitian .....	56
4.4 Analisis Penelitian .....	56
4.4.1x Analisis Teori Promosi ( Kotler dan Keller) .....	58
4.4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
4.4.3 Promosi Komunitas Salihara Pada Media Sosial Instagram ....	65
4.4.4 Komunitas Salihara memanfaatkan media sosial Instagram untuk memasarkan produk atau jasa.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	79
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN I .....	84
DOKUMENTASI .....	84
LAMPIRAN II .....	85
SURAT PEMOHONAN PENELITIAN DAN INFORMASI DATA.....	85
LAMPIRAN III.....	86
RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	86
LAMPIRAN VI .....	87

