

## DAFTAR PUSTAKA

### Refrensi Buku:

A.R. Bulaeng, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2002.

Ulli Nasrullah, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*  
Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.

DR. M. Anang Firmansyah, SE, MM. *Komunikasi Pemasaran*, Pasuruan, Jawa  
Timur: Media CV qiara, 2020.

Onong Uchajana Effendy, M.A. *Dinamika Komunikasi*, Bandung, 2004.

Nuraini Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Ar-ruzz Media,  
2012.

Morissan, M.A. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* Jakarta: Kencana,  
2015.

Azhar Arsyad. *Pokok-pokok Manajemen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Rath Hurriyati, *Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2005.

Bukhari Alma, *Wirausaha*, Bandung: Alfabeta, 2006.

Terence A Shimp, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi*  
*Pemasaran Terpadu*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2007.

Kotler & Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Edisi kedua*, Jakarta: Erlangga,  
2001.

Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning, edisi kedelapan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007.

Morrisan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana Prenadamedia group, 2014.

Tasnim, Andriasan Sudarso, Martono Anggusti, Risma Nurhaini Munthe, Rahman Tanjung, Nina Mistriani, Yuliyanto Budi Setiawan, Sudung Simatupang, Ovi Hamidah Sari, Liharman Saragih, Bonaraja Purba, Maya Sari, Idah Kusuma Dewi *Komunikasi Pemasaran*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.

Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.

Judistira K. Garna. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung 2009)

**Skripsi & Jurnal:**

Dinda Sekar Puspitarini, “Reni Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi” (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House) 2019.

Tessa Fadillah “Komunikasi Pemasaran Cafe Papistar Melalui Media Sosial Instagram” 2018.

Reza Ciptaning Puspita Dewi “Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Instagram (Studi kasus pemasaran produk Instagram @homedia.id) 2020.

Paulina Yoga Delfia “Aktifitas Komunikasi Pemasaran Double Decker melalui Instagram @Doubledeckers” 2017

Apri Wijayanti “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram” (Studi Kasus di Appleblossom Purwokerto Banyumas) 2019.

Yohana Asmara Dewi “Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe MAS BRO” 2019.

M. Fachri Syahreza dan Irvan Hukum Syariah Tanjung, “Pola Penggunaan Media Sosial Instagram dan Pola di Antara Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED, Jurnal Interaksi, (1 Januari 2018), hal. 72-73.

Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia” Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung (2016): h. 142-2

N. Lutur and S. Santoso, “Pengaruh Efektivitas Promosi Pada Destinasi Wisata Terhadap Action Wisatawan Dengan Melihat Gender Sebagai Variabel Moderasi Dengan Menggunakan Model AISAS (Studi kasus pada pengunjung Pantai Pasir Panjang Kei),” pp. 196-204, 2019

M. S. Abdurrahim, M. Najib, and S. Djohar, “the Effect of Tourism Destination in Social Media,” Dev. Aisas Model to See Eff. Tour. Destin. Soc. Media, vol. 17, no. 30, pp. 133–143, 2019.

Dwi Kartikawati, Dwi Kuswandari “Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Cawang AC Pro PT Gobel Dharma Nusantara di Masa

Pandemi Korona”, Universitas Nasional. Jurnal Lugas Vol.5, No. 2,  
Desember 2021. Hal. 122-123

**Website:**

Sejarah Perkembangan Wifi dan Jaringan Internet di Indonesia - munasprok.or.id  
<https://munasprok.or.id/sejarah/perkembangan/wifi/dan/jaringan/internet/di/indonesia/> Diakses pada 3/10/22.

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022) - databoks.katadata.co.id  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> Diakses pada 3/10/22.

Pengguna Instagram Global (2020-2022) - databoks.katadata.co.id  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022> Diakses pada 3/10/22.

Content uploads - iconews.iconpln.co.id  
<https://iconews.iconpln.co.id/wp-content/uploads/2022/01/ICONEWS-1221.pdf>  
Diakses pada 3/10/22.

Content uploads - iconews.iconpln.co.id  
<https://iconews.iconpln.co.id/wp-content/uploads/2022/01/ICONEWS-1221.pdf>  
Diakses pada 3/10/22.

Daftar Harga Paket Berlangganan Indiehome – indiehome.com  
[www.indiehome.com](http://www.indiehome.com) Diakses pada 7/11/2022.

Daftar Harga Paket Berlangganan First Media – firstmedia.com

[www.firstmedia.com](http://www.firstmedia.com) Diakses pada 7/11/2022.

Daftar Harga Paket Berkanganan Iconnet – iconnet.id

[www.iconnet.id](http://www.iconnet.id) Diakses pada 7/11/2022.

Definisi Pemasaran – eprints.uny.ac.id

<https://eprints.uny.ac.id/definisi/pemasaran//7732/3/BAB-202-06408144012/>

Diakses 3/10/22, Hal 4

Sejarah Instagram dan Awal Peluncurannya - kompas.com

<https://amp.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-ceritaawal-peluncurannya> / Diakses pada 7/10/22



## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1

#### SURAT TUGAS PEMBIMBING SKRIPSI



#### UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,  
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejantan, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78333307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719  
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [fabumas49@gmail.com](mailto:fabumas49@gmail.com)

#### PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Fajrul Falah  
Nomor Pokok : 183112351650066  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022  
Dekan,



**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**  
N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

## LAMPIRAN 2

### SURAT PERMOHONAN PENELITIAN DAN INFORMASI DATA



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**TERAKREDITASI BAN-PT**

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520  
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719  
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : [info@unas.ac.id](mailto:info@unas.ac.id)

Nomor : 153 /WD/ I /2023 Jakarta, 18 Januari 2023  
Lamp : -  
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth : Pimpinan PT Indonesia Connets Plus (Icon+) / Iconnet  
Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Fajrul Falah  
Nomor Induk Mahasiswa : 183112351650066  
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations  
Alamat Rumah : Jl. Raya Hankam Bulog 2, kp. Asem No. 40  
HP : 085775082731

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: **Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Iconnet Melalui Media Sosial Instagram**, dengan Dosen Pembimbing: Dr. Dwi Kartikawati, M.Si

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

## LAMPIRAN 3

### LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,  
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Faksimil) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [fbunas49@gmail.com](mailto:fbunas49@gmail.com)

#### KONSULTASI BIMBINGAN

**Npm** : 183112351650066  
**Nama** : Fajrul Falah  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Konsentrasi** : Hubungan Masyarakat

#### KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
13 October, 2022	proposal skripsi fajrul falah "strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan produk iconnet melalui media sosial instagam"	Sudah Ditanggapi
13 October, 2022	proposal skripsi fajrul falah "strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan produk iconnet melalui media sosial instagam"	Sudah Ditanggapi

#### KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
---------	-------------------	--------



14 December, 2022	<p>bimbingan sama mba dila yg masih harus di tambahkan</p> <p>bab 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- latar belakang ditambahkan langsung fokus menjelaskan tujuan penelitandi paragraf awal</li> <li>- masukan data-data jika masih ada yg perlu di masukan</li> </ul> <p>bab 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tambahkan konsep promosi</li> <li>- korelasi antara teori dan konsep</li> <li>- kerangka pemikiran</li> </ul> <p>bab 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- metode penelitan studi kasus</li> <li>- teknik pengumpulan data di ubah</li> </ul>	Sudah Ditanggapi
10 January, 2023	<p>revisi bab1-3</p> <p>untuk daftar pustaka nanti akan saya rapihkan kembali</p> <p>bab 4 sedang dalam proses pengerjaan</p>	Sudah Ditanggapi
29 January, 2023	bab revisi bab 1-3	Sudah Ditanggapi
29 January, 2023	bab 1-4, di bab 4 masih belum selesai bu dan akan segera diselesaikan	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	bab 4, bab 5 sedang progres ya bu...	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	bab 5	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	bab 1-5	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	bab 1-5	Sudah Ditanggapi

## LAMPIRAN 4

### Transkrip Wawancara

#### Transkrip Wawancara *Key Informan 1*

Nama: Cica

Umur: 25

Jenis Kelamin: Perempuan

Jabatan: Account Manager

Tempat/ Hari/Tanggal Wawancara: Kantor Iconnet Duren 3, Jakarta Selatan  
Selasa 24 Januari 2023.

#### Keterangan

P: Peneliti

N: Narasumber

Pertanyaan:

P: Sejak kapan Kakak bekerja sebagai pihak marketing Iconnet?

N: “Kalau untuk di divisi ini aku tuh udah hampir 2 tahun”

P: Apakah kelebihan produk Iconnet dengan produk lainnya?

N: “Kalau kita bicara kelebihan yang pertama Iconnet itu undernya PLN, jadi untuk infrastruktur sendiri kita udah menggunakan tiang-tiang PLN kita gak bangun infrasturkur lagi. Jadi dimanapun ada tiang PLN disitu kita bisa mengembangkan jaringan kita. Untuk kelebihan yang kedua kita sudah full fiber optic sampai ke modemnya, karna beberapa provider yang lain masih menggunakan kabel koasial atau belum full fiber. Trus kelebihan selanjutnya kita udah *unlimited*, kita tidak ada batasan kuota dan

tidak ada penurunan kecepatan dari awal bulan sampai akhir bulan, kecepatan kita stabil sesuai paket yang digunakan oleh pelanggan.”

P: Bagaimana Promosi yang di lakukan oleh Iconnet? (**Promosi Penjualan**)

N: “Kalau untuk promosi penjualan kita melalui website sama dari instagram juga. Selain itu kita juga memasang spanduk, membagikan brosur seperti di jalan dan di mall-mall”

P: Apakah dalam strategi komunikasi pemasaran sudah di segmentasikan, targeting, dan positioning? (**Segmenting, Targeting, Positioning**)

N: “Untuk segmentasi pasar berdasarkan ekonomi kita tidak ada pengkotakan-kotakan yaa, karena target kita untuk semua kalangan. Apalagi produk yang kami jual itu internet, karna jaman sekarang tidak dapat di pungkiri hampir semua orang membutuhkan internet. Kalo untuk segmentasi geografis berdasarkan wilayah yang kita cakup di wilayah kita yaitu JABODETABEK Banten. Tetapi untuk Iconnet secara keseluruhan sudah mencakup hampir semua wilayah di seluruh Indonesia yang sudah tercover oleh Iconnet. Kalo untuk target kita tuh orang-orang yang udah pake internet untuk beralih ke kita, karena Iconnet masih dianggap sebagai penyedia layanan baru, bukan pilihan pertama. Kalo untuk posisi Iconnet kita akuin kita memposisikan kita sebagai pilihan kedua ataupun ketiga, karena kita termasuk layanan baru, jadi kita tidak terlalu mensegmentasikan. Dari data yang kita punya semua segmen bisa menggunakan Iconnet.”

P: Sebagai pihak marketing Iconnet apakah Kakak ikut serta mempromosikan Iconnet melalui akun media sosial pribadi?

N: “Kalau untuk promosi jarang sih yaa, karena Iconnet sendiri sudah punya media sosial sendiri, paling kalo ada event-event aja baru kita bantu share. Seperti kemarin ada *give away* itu kita bantu share dari Instagram pribadi”

P: Dimana saja promosi penjualan Iconnet dilakukan? (**Promosi Penjualan**)

N: “Kalau untuk promosi selain melalui website dan instagram kita juga melakukan penjualan *door to door, open booth*, kerja sama dengan umkm untuk mempromosikan Iconnet. Kita juga sering mengadakan promosi seperti promosi hari kemerdekaan 17 Agustus, kemarin Imlek kita juga mengadakan promosi, dan kita juga mengadakan *give away*. *Give away* yang sedang kita adakan sekarang yaitu *give away* untuk pelanggan baru yaitu 100 paket umroh.”

P: Promosi seperti apa yang dilakukan pihak Iconnet untuk menumbuhkan ketertarikan/*interest* calon pelanggan untuk menggunakan produk Iconnet? (**Interest**)

N: “Untuk di media sosial seperti di Instagram, kita membuat konten-konten yang menarik dan pastinya juga informatif, agar calon pelanggan tertarik dan teredukasi mengenai Iconnet. Kita juga menekankan harga promo kita seperti gratis biaya pemasangan. Kita udah analisis juga sebelumnya, apanih yang bisa kita berikan sementara di provider lain tidak ada. Seperti biaya pemasangan, normalnya sekitar 250.000-500.000 tapi

untuk Iconnet gratis biaya pemasangan tanpa di pungut biaya sama sekali.”

P: “Apakah dalam memasarkan produk Iconnet harus melalui iklan?  
(Iklan/advertising)”

N: “Yaa kita juga memasarkan Iconnet melalui iklan, tetapi seperti jaman sekarang kan beriklan juga dapat dilakukan dimana aja dan diberbagai macam media.”

P: Apa saja Iklan yang digunakan dalam mempromosikan produk Iconnet?  
(Iklan/advertising)

N: “Kalau untuk iklan kita menggunakan spanduk, website, instagram. Nah di instagram selain memanfaatkan postingan foto ataupun video, instastory, kita juga memaksimalkan promosi memakai fitur Instagram ads, kita maksimalkan karena sangat efektif banget buat iklan dan jangkauannya luas, walaupun orang itu tidak mengikuti kita di Instagram, tapi orang itu kemungkinan besar akan melihat iklan dari kita. kita juga sempet iklan di RRI Radio, beberapa akun-akun instagram daerah seperti JKT Info, Depok 24 jam, kita manfaatin akun-akun Instagram daerah untuk segementasi masyarakatnya masing-masing. Untuk di tv kita gaada iklan karena tidak begitu efektif untuk promosi buat di jaman sekarang.”

P: Apa saja kegiatan Iconnet untuk mengedukasi masyarakat mengenai produk Iconnet? (Humas)

N: “Untuk edukasi masyarakat tentang Iconet, mungkin di website dan Instagram juga sudah tersedia. Kita juga sering membuat konten-konten

informatif seputar Internet maupun Iconnet. Iconnet juga mengadakan edukasi sekaligus promosi door to door kerumah rumah. Kalo untuk kegiatan yang berhubungan langsung dengan masyarakat mungkin even-event, seperti 26 november Iconnet mengadakan Roadshow Gelegar Cuan PLN Mobile di Semarang.”

P: Apakah ada penjualan perseorangan/*personal selling* dalam penjualan produk Iconnet? (**Penjualan Perseorangan/Personal Selling**)

N: “Kita ada open booth, jadi masing masing wilayah ada sales-salesnya tersendiri yang akan melakukan penjualan *door to door* tapi gak setiap hari untuk *door to door* lebih ke mencari mitra-mitra, karena semakin banyak mitra semakin banyak juga pelanggan yang akan kita dapat, jadi gak perlu lagi *door to door* kerumah.”

P: Apakah Iconnet melakukan penjualan secara langsung/direct marketing dalam mempromosikan produknya, seperti telfon, email, dan sarana komunikasi lainnya yang dapat bertransaksi saat itu juga? (**Pemasaran langsung**)

N: “Untuk tele marketing seperti telfon, email, kita follow up lagi data-data yang sudah kita punya. Contohnya, seperti kita telfon menawarkan bapak/ibu ingin berlanggan Iconnet tidak. Ada juga data-data yang masuk melalui website, ada beberapa yang mungkin belum tercover sama jaringan kita, itu kita follow up lagi. Jika di satu daerah itu banyak nanti akan kita proses untuk melakukan pembangunan jaringan baru disana.”

P: Apa harapan Iconnet kedepannya dalam memaksimalkan promosi produk di era digital seperti saat ini?

N: “Harapan kita masyarakat lebih teredukasi karena kita kan menjual layanan internet. Di jaman sekarang siapa sih yang ga pake internet. Iconnet tuh berharap, dengan adanya Iconnet ini kami juga dapat mengedukasi masyarakat melalui kanal-kanal promosi kami. Jadi gak semua yang kita lakukan dalam bentuk hard selling tetapi soft selling juga, yang penting edukasi masyarakat terhadap penggunaannya, pengambilan keputusan di Internet itu harapkan kita, karena sebagai BUMN kita punya tugas itu juga.”



## Transkrip Wawancara Key Informan 2

Nama: Enji

Umur: 26

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Jabatan: Marketing dan Pengelola Akun Instagram Iconnet

Tempat/ Hari/Tanggal Wawancara: Kantor Iconnet Duren 3, Jakarta Selatan.

Selasa 24 Januari 2023

Keterangan

P: Peneliti

N: Narasumber

Pertanyaan:

P: Sebagai pengelola akun Instagram Iconnet, menurut Mas apakah efektif melakukan promosi di Instagram seperti saat ini?

N: “Untuk di era digital seperti saat ini yaa efektif banget, karena sekarang kan kita menjual layanan internet yang semua orang tuh butuh, udah gitu pesaing Iconnet tuh banyak. Yang saya tau karakter instagram tuh kita yang ngejangkau pelanggan, maka dari itu Instagram media yang efektif banget untuk promosi dan meningkatkan penjualan Iconnet.”

1. P: Fitur apa saja yang Iconnet gunakan dalam penggunaan Instagram? (Unggahan, caption, pengikut, komentar, geolocation, arroba, hastag, jelajahi, instagram *story*, instagram *live*, pesan langsung, jejaring sosial)

N: “Kalau untuk fitur Instagram hampir semua fitur kita pakai, Untuk postingan kita membuat konten-konten yang menarik dan juga pastinya



informatif. Sebelum memposting konten di Instagram pastinya kita juga sudah memikirkan matang-matang untuk membuat konten seperti apa, selain menarik untuk promosi pastinya konten kita juga informatif. Untuk *instastory* kita juga pake ya, karena *instastory* berpengaruh juga untuk konten-konten kita, seperti untuk melihat berapa orang yang sudah melihat story kita. Jadi kita bisa liat dalam story itu berapa orang yang sudah melihat story Iconnet. Untuk **caption** pastinya kita menulis caption yang sesuai dengan konten yang kita upload dan pastinya informatif. Iconnet juga selalu mengaktifkan kolom **komentar** di setiap postingan di Instagram, agar pelanggan dan calon pelanggan juga bisa memberikan masukan-masukan mengenai Iconnet dan menanyakan informasi terkait Iconnet. Kita juga memanfaatkan fitur **hashtag** (#) di setiap postingan-postingan yang kita buat agar yang ingin mengetahui Iconnet mudah dalam melaksanakan pencarian. Kita juga memanfaatkan fitur **live** jika ada event-event tertentu. Iconnet juga memanfaatkan fitur Instagram **Ads** untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Instagram Ads manfaatnya besar banget buat promosi, makanya perusahaan kita berani untuk mengeluarkan dana lebih untuk fitur Instagram Ads.”

P: Menurut anda, apakah Instagram Iconnet telah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh calon konsumen? (**Perhatian/Attention**)

N: “Kalau untuk informasi yang dibutuhkan menurut saya sih udah yaa, karena informasi utama yang pengen kita kasih itu promo, informasi informatif mengenai Iconnet. sejauh ini kita udah kasih semua mengenai

informasi mengenai produk Iconnet, tapi yang selalu kita tonjolan yaitu promosi.”

P: Apakah followers Instagram Iconnet bertambah setiap harinya?

N: “Karena kita pakai fitur di Instagram Ads itu perkembangan followers kita bisa terbilang cepet banget yah. Kita di Instagram juga ngejangkau orang seperti, story Instagram, postingan kita di Instagram, kita juga memanfaatkan fitur hastag (#). Pengaruhnya lumayan besar untuk pertumbuhan followers, dari orang yang sudah pakai Iconnet tapi belum tau Instagram Iconnet, sampai orang yang belum berlangganan Iconnet dan mengikuti Iconnet untuk mengetahui informasi seputar Iconnet.”

P: Untuk memaksimalkan promosi, terdapat 5 variabel dalam bauran promosi, salah satunya adalah periklanan. Bagaimana cara kerja iklan Iconnet di Instagram? (Advertising/Periklanan)

N: “Jadi kita memanfaatkan semua fitur, termasuk Iklan. Untuk di Instagram kita maksimalkan di Instagram Ads, tetapi gak semua konten kita iklantin. Jadi ada beberapa strategi tersendiri yang kita lakukan, seperti kita menjeda beberapa konten untuk kita iklan lagi. Misalnya kita upload konten ke 1 dan konten 2 ga kita iklan, nah konten ke 3 baru kita iklan, tujuannya supaya konten sebelumnya jadi naik dari orang yang melihat konten yang kita iklankan. Dari situ kita juga bisa menghemat biaya untuk iklan.”

P: Bauran promosi yang kedua adalah promosi penjualan. Apa dampak yang dirasakan ketika melakukan promosi penjualan di Instagram  
(Promosi Penjualan)

N: “Dampaknya besar banget yah untuk promosi, Contohnya kita update untuk lokasi pembangunan di wilayah Tangerang selatan, kita iklan dengan targetnya itu pengguna instagram yang berlokasi di Tangerang Selatan. Itu pengaruhnya besar banget untuk promosi penjualan, orang-orang yang berlokasi di daerah tersebut juga tau wilayah mereka sudah tercover oleh kita.”

P: Bauran promosi berikutnya yaitu *Public Relation*, apa yang di lakukan Iconnet dalam menjalankan fungsi *Public Relation* melalui Instagram?  
(Public Relation)

N: “Kalau untuk kegiatan public relation, kita mengumpulkan mitra yang bisa di sebut Miconnet. Kita mengajak masyarakat yang ingin usaha untuk ikut berjualan produk Iconnet, nah kita aktifnya disitu. Tapi untuk hal-hal lain seperti informasi perbaikan jaringan, pembangunan jaringan baru Iconnet pasti akan memberikan informasi ke masyarakat melalui website ataupun Instagram Iconnet”

P: Bauran promosi berikutnya yaitu Direct Marketing, bagaimana cara menjalankan Direct Marketing melalui Instagram? (Pemasaran Langsung/Direct Marketing)

N: “Kalau untuk pemasaran langsung kita biasanya melalui komentar sama pesan langsung di instagram. Contohnya seperti yang menanyakan

daerah tempat tinggalnya sudah tercover oleh kita atau belum. Untuk informasi selanjutnya biasanya kita lanjut di dm Instagram atau kita minta nomer telfonnya dan minta mereka untuk isi data.”

P: Menurut Anda, sebagai pengelola Instagram Iconnet, apakah promosi yang dilakukan Iconnet di Instagram sudah maksimal?

N: “Di bilang maksimal menurut saya sih untuk di dunia marketing pasti akan berkembang terus ya, tetapi kita masih bisa mengikuti dan berkembang dari pesaing pesaing kita. Yang menjadi evaluasi kami yaitu Iconnet harus berani merogoh kocek lebih untuk memaksimalkan promosi, karena masih banyak orang yang belum mengenal Iconnet.”

P: Sebagai pengelola akun Instagram Iconnet, apa harapan dan target untuk Instagram Iconnet kedepannya?

N: “Untuk kedepannya Iconnet bisa menampilkan konten-konten, dan promosi yang kreatif, edukatif dan pastinya informatif. Karena pesaing kita banyak, harapan saya makin banyak lagi orang yang tahu tentang Iconnet.”

## Transkrip Wawancara Informan

Nama: Firda Aulia

Umur: 28 Tahun

Jenis Kelamin: Perempuan

Jabatan: Pelanggan Iconnet yang sudah berlangganan selama 1 tahun

Tempat/ Hari/Tanggal Wawancara: Rumah Pelanggan. Jumat, 20 Januari 2023

Keterangan

P: Peneliti

N: Narasumber

Pertanyaan:

1. P: Apa yang melatar belakangi Anda mendapat perhatian dari iconnet?

*(Attention/Perhatian)*

N: “Saat di jalan saya dapat brosur iconnet yang dikasih sama sales iconnet. Saya juga melihat spanduk iconnet. Tetapi distu saya belum tertarik. Trus saat saya lagi buka Instagram lagi liat-liat di beranda ada Iklan Iconnet trus langsung aja saya buka aku instagramnya. Kebetulan saya juga lagi nyari provider Wifi buat dirumah. Nah dari situ saya pertama tau Iconnet”

P: Mengapa Anda tertarik menggunakan Iconnet? *(Interest/Tertarik)*

N: “Saya tertarik karena pas saya buka instagram Iconnet, banyak postingan-postingan yang informatif dan ada promosi- promosi menarik. Iconnet juga menawarkan banyak varian paket, mulai dari paket yang kecepatannya cukup untuk rumahan, sampai paket yang berkecepatan tinggi yang bisa digunakan oleh orang banyak, seperti di kantor, sekolah, mall. Karena paket yang bervariasi jadi orang-orang juga bisa memilih sesuai dengan kebutuhan masing-masing.”

P: Menurut Anda apa yang membedakan Iconnet dengan Provider lain?

*(Interest/Tertarik)*

N: “Ya itu tadi seperti yang saya bilang sebelumnya... Iconnet nawarin harga yang terjangkau sama internetnya unlimited. Kan banyak juga tuh wifi yang masih memakai kuota, kalo lagi kerja atau zoom meeting tiba-tiba kuotanya abis kan juga gak enak, malah jadi kesel sendiri. Jadi itu sih menurut saya yang membedakan Iconnet dengan provider lain, selain harganya terjangkau internetnya juga unlimited.”

P: Darimana Anda mengetahui tentang Iconnet? *(Search/Pencarian)*

N: “Saya tau Iconnet dari Iklan di instagram,dari situ saya langsung cari instagramnya Iconnet karena saya pengen tau informasi tentang Iconnet lebih banyak lagi sebelum saya berlangganan, biar tau apa aja yang ditawarkan sama Iconnet.”

P: Berapa lama anda mencari informasi mengenai iconnet?

*(Search/Pencarian)*

N: “Gak lama sih, Apalagi jaman sekarang semuanya sudah gampang buat cari informasi di internet sama di media sosial. Seperti di Instagram, kayanya hampir semua orang yang pake smartphone, sekarang juga punya Instagram dan bisa langsung cari, saya juga langsung mencari informasi mengenai Iconnet melalui Instagram.”

P: Kapan Anda pertama kali menggunakan Iconnet? (*Action/Aksi*)

N: “Kalau gak salah saya daftar tuh awal tahun 2022, Saya lupa bulan apa.”

P: Melalui apa Anda mendaftar sebagai pelanggan Iconnet? (*Action/Aksi*)

N: “Waktu itu saya chat Instagram @iconnet.plniconplus saya menanyakan informasi ingin berlangganan Iconnet, sama adminnya langsung di arahkan untuk download aplikasi PLN Mobile. Setelah download saya langsung diarahkan tata cara untuk mendaftar. Isi aplikasi PLN Mobile juga lengkap, dari harga paket, apa saja yang ditawarkan di paket tersebut, sampai wilayah mana saja yang sudah tercover oleh Iconnet.”

P: Bagaimana kesan dan pengalaman Anda menggunakan Iconnet? (*Action/Aksi*)

N: Pengalaman saya selama 1 tahun menggunakan Iconnet sih alhamdulillah *value* yang saya dapat sesuai dengan paket yang di pilih. Kalau untuk gangguan sih selama ini jarang ada gangguan ya... Sewajarnya jaringan internet aja sih, namanya jaringan kan pasti kadang ada gangguan ntah dari Iconnetnya sedang ada perbaikan atau apa. Tapi

waktu itu internet saya sempet mati, trus saya lapor ke Iconnet akan segera ditindak lanjuti oleh teknisi. Tetapi dari sejak saya lapor, teknisi baru datang 4 hari kemudian. Saran dari saya si Iconnet harus sigap melayani keluhan pelanggan terutama jika ada keluhan seperti saya yang internetnya mati, supaya pelanggan puas terhadap pelayanan Iconnet.

P: Apakah Anda membagikan atau bertukar informasi mengenai pengalaman Anda selama menggunakan Iconnet? (*Share/Membagikan*)

Yaa, saya membagikan informasi selama saya menggunakan Iconnet ke teman-teman dan saudara saya. Saya memberi tahu mereka bagaimana pengalaman saya menggunakan Iconnet, sering terjadi gangguan apa engga, sering lemot apa tidak, bagaimana kecepatan internetnya, kalo untuk kecepatan internetnya menurut saya tergantung paket yang dipilih sih.

Bagaimana respon atau tanggapan teman atau saudara Anda setelah menyarankan menggunakan Iconnet? (*Share/Membagikan*)

N: “Responnya sih berbeda beda ya, ada yang tertarik untuk berlangganan karna sedang mencari provider yang cocok untuk digunakan dirumahnya, ada juga yang tidak tertarik karena sudah nyaman memakai provider yang sedang digunakan sekarang”

P: “Melalui apa Anda membagikan pengalaman atau kesan Anda selama menggunakan Iconnet? (*Share/Membagikan*)

N: Saya membagikan secara langsung melalui obrolan saat sedang bertemu teman/saudara. Tapi waktu itu saya pernah mengikuti *give away*



yang di selenggarakan Iconnet di Instagram, syaratnya harus memposting foto menggunakan twibbon yang sudah dibuat oleh pihak Iconnet, serta menggunakan tagar (#), tag beberapa teman di instagram, dan mempostingnya di feed dan *story* Instagram. Waktu itu saya ikutan siapa tau beruntung kan.”



## LAMPIRAN 5

### DOKUMENTASI

#### 1. Dokumentasi bersama *Key Informan 1*



Kak Cica - Account Manager  
Hari/Tanggal: Selasa, 23 Januari 2023.  
Kantor Iconnet Duren 3 Jakarta Selatan.

## 2. Dokumentasi bersama *Key Informan 2*



Mas Enji - Marketing dan Pengelola Instagram Iconnet  
Hari/Tanggal: Selasa, 23 Januari 2023.  
Kantor Iconnet Duren 3 Jakarta Selatan.

### 3. Dokumentasi bersama Informan Pelanggan Iconnet



Kak Firda Aulia - Pelanggan Iconnet  
Hari/Tanggal: Jumat, 20 Januari 2023.  
Rumah Pelanggan.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Fajrul Falah

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 12 Januari 2000

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Alamat : Jalan Raya Hankam, Kp. Asem Rt.04/Rw.06  
No.40

Email : [fajrulajuy@gmail.com](mailto:fajrulajuy@gmail.com)

Pendidikan Formal:

- TKIT ASH SHOFAANIYYAH BEKASI (2004 - 2006)
- SDS ANGKASA 4 JAKARTA TIMUR (2006 - 2012)
- SMP ANGKASA JAKARTA TIMUR (2012 - 2015)
- SMAN 133 JAKARTA TIMUR (2015 - 2018)
- PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS NASIONAL (2018-2023)

## LEMBAR AWAL HASIL TURNITIN

tahap 1

### ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://etheses.iainponorogo.ac.id">etheses.iainponorogo.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://ojs.stiami.ac.id">ojs.stiami.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://repository.unas.ac.id">repository.unas.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://eprints.untirta.ac.id">eprints.untirta.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://nanopdf.com">nanopdf.com</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	<1%