



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGELOLALAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* @SEECUT_HAIRSTYLIZH
SEBAGAI SARANA PROMOSI (STUDI KASUS PADA PT SEECUT HAIRSTYLIZH)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

(S.I.Kom)

MUHAMAD HILFI FAHREZI

193516516584

PUBLIC RELATION

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**MANAGING *INSTAGRAM* SOCIAL MEDIA @SEECUT_HAIRSTYLIZH AS A
PROMOTIONAL TOOL (CASE STUDY ON PT SEECUT HAIRSTYLIZH)**

THESIS

Submitted As One of The Requirements For Obtaining A Bachelor Degree of

Communication Science (S.I.Kom)

MUHAMAD HILFI FAHREZI

193516516584

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE STYUDY PROGAM

2023

KATA PENGANTAR



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

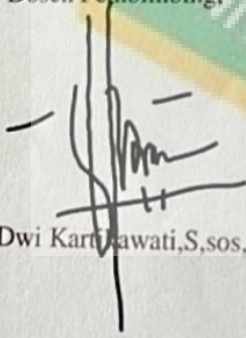
FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

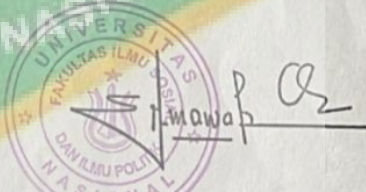
Nama : Muhamad Hilfi Fahrezi
NPM : 193516516584
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengelolaan media sosial instagram @secut_hairstylizh
sebagai sarana promosi PT Seecut hairstylizh
Diajukan untuk : Memenuhi salah Satu Persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Nasional

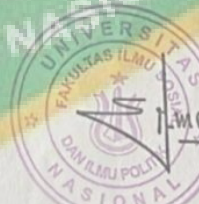
Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 22 Juli 2023

Dosen Pembimbing,

Dekan


Dr. Dwi Karti Jawati, S.sos, M.Si.


Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si.





PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Hilfi Fahrezi

NPM : 193516516516584

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Pengelolaan media sosial instagram @seecut_hairstylyzh
sebagai sarana promosi PT Seecut hairstylyzh

Diajukan untuk : Memenuhi salah Satu Persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk diuji

Jakarta, 22 Juli 2023

Dosen Pembimbing,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Dwi Kusumawati, S.S., M.Si.

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Hilfi Fahrezi

Npm : 193516516584

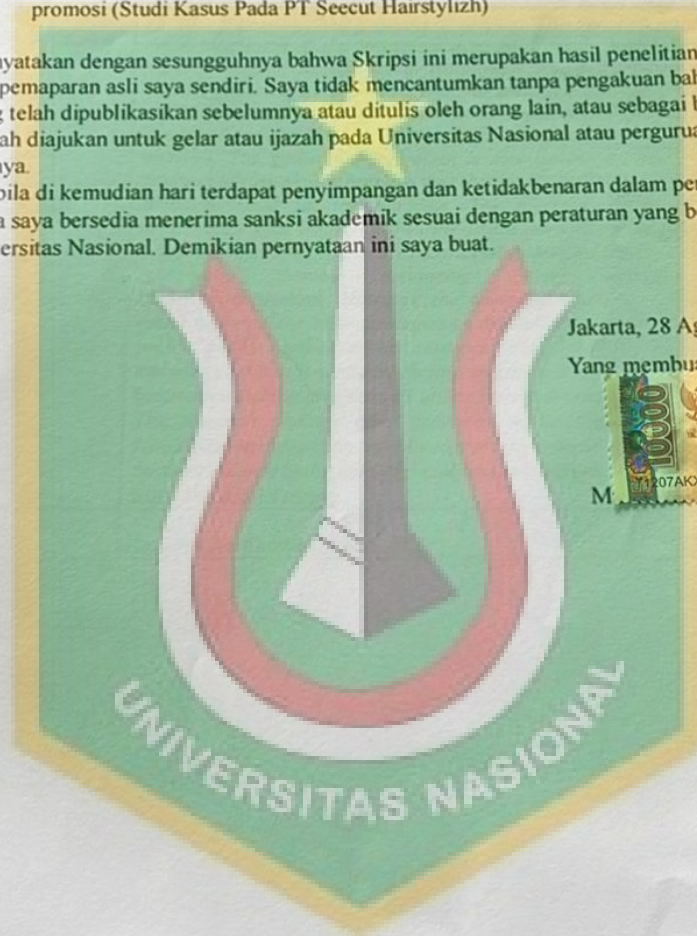
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Instagram @Seecut_hairstylizh sebagai sarana promosi (Studi Kasus Pada PT Seecut Hairstylizh)

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 di kemudian 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, 28 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



HAL PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Muhamad Hilfi Fahrezi
NPM : 193516516584
Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relation
Judul Skripsi : PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@SEECUT_HAIRSTYLIZH SEBAGAI SARANA PROMOSI(Studi Kasus Pada PT Seecut
Hairstylizh)

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 : Nursatyo S.Sos M.Si
Pembimbing/Penguji I : Prof. Dr Lely Arrianie M.Si
Pembimbing/penguji II : Dr Dwi Kartikawati S.Sos M.Si



(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 September 2023.

ABSTRAK

Nama : Muhamad Hilfi Fahrezi

Program Studi : Ilmu komunikasi

Judul Skripsi : Pengelolaan Media Sosial *Instagram* @Seecut_Hairstylizh sebagai Sarana Promosi (Studi Kasus pada PT Seecut Hairstylizh)

<p>Kata kunci:</p> <p>Pengelolaan media sosial, <i>Instagram</i>, promosi</p>	<p>Teori yang digunakan adalah Teori Aisas oleh Dentsu, yang terdiri atas <i>Attention, Interest, Search, Action and Share</i>. Metode penelitian ini adalah metode Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; dari segi <i>Attention</i> media sosial Instagram @Seecut_Hairstylizh melakukan pengelolaan media sosial Instagram terlihat dari konten Seecut Hairstylizh yang dapat menarik perhatian, yaitu dengan menambah jumlah followersnya yang bertambah dan views serta like nya yang banyak. Hal itu dapat dibuktikan dari postingan yang dilakukan oleh seecut saat memvidiokan dan memposting feeds saat yang dilakukan dengan celosz selaku influencer tiktok dan juga sule sutisna. Pada tahap <i>interest</i> pengelolaan dilakukan untuk menarik perhatian dari komentar pelanggan bahwa @Seecut_Hairstylizh adalah tempat cukur yang baik dan fasilitasnya yang layak dan bagus. Pada tahap <i>Search</i> Pengelolaan dilakukan agar komentar yang ditunjukkan oleh para followers memperlihatkan bahwa para followers merasa informasi yang diberikan oleh Seecut Hairstylizh jelas dan lengkap sehingga mudah dipahami. Pada tahap <i>Action</i> pengelolaan dilakukan dengan menampilkan hasil hasil potongan rambut melalui feeds instagra atau juga Video Reels. menunjukkan pada kolom komentar. Followers @Seecut_Hairstylizh yang ingin melakukan pembelian jasa potongan rambut yang langsung dilakukan melalui book appointment yang ada dibio Instagram @Seecut_Hairstylizh. Pada Tahap <i>Share</i> pengelolaan dilakukan dengan melakukan membagikan postingan yang bagus dan membuat para followers membagikan hasil postingannya. Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial @Seecut_Hairstylizh telah mengikuti Teori dari AISAS dari Dentsu.</p>
<p>Pebimbing:</p>	<p>Dr. Dwi Kartikawati S., sos., M.Si</p>

ABSTRACT

Name : Muhamad Hilfi Fahrezi

Study Program : Communication Science

Thesis Title : *Managing Social Media Instagram @Seecut_Hairstylizh as a Promotional Tool (Case Study on PT Seecut Hairstylizh)*

<p>Keyword: <i>Managing social media, Instagram promotion</i></p>	<p><i>In the digital era, the utilization of social media platforms has become increasingly important for businesses to reach their target audience and effectively promote their products or services. This research focuses on the management of the Instagram account @seecut_hairstylizh as a promotional tool for PT. Seecut Hairstylizh. This research employs a qualitative research approach, Data is collected through interviews with key informants involved in the management of the Instagram account @seecut_hairstylizh, as well as observations and document analysis. The gathered information is then analyzed using thematic analysis to identify key patterns and themes related to the promotional strategies used on the platform. The findings of this research demonstrate that Instagram has become a powerful platform for PT. Seecut Hairstylizh to showcase their services and interact with potential customers, thereby enhancing brand presence and customer engagement. However, the company needs to continuously adapt and develop their strategies to remain relevant in the dynamic social media landscape. This research contributes to the evolving knowledge of social media marketing and provides valuable insights for businesses seeking to effectively utilize Instagram as a promotional tool. The research findings offer practical implications for PT. Seecut Hairstylizh in optimizing their Instagram presence and pave the way for further research in the field of social media management and promotion using the AISAS theory.</i></p>
<p>Mentor:</p>	<p>Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si</p>

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr, Wb.

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengelolaan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi (Studi Kasus pada PT Seecut Hairstylizh)”. Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari *thesis sarjana Ilmu Komunikasi*. Shalawat dan salam dipanjatkan untuk baginda besar Muhammad SAW, juga keluarga, dan para sahabat, juga pengikutnya.

Dalam tesis ini, peneliti melakukan penelitian sesuai dengan kemampuannya untuk mencapai salah satu prasyarat menyelesaikan studi Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta. Namun demikian, peneliti memahami bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, peneliti juga memahami bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dorongan dan saran dari beberapa pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si dan Nursatyo S.Sos.M.si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi juga Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Drs. Nurhasanah Haspiani, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik saya yang telah membimbing saya selama saya berada di Universitas Nasional, dan yang selalu memberikan ilmu serta motivasi dan juga memberikan semangat dalam pembuatan skripsi ini.

5. Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos, M.Si, selaku dosen Pembimbing skripsi saya, yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, motivasi, dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sebanyak - banyaknya diucapkan kepada Ibunda Dwi karena sudah membantu dan memberikan masukan berupa ilmu, motivasi, dan semangat selama proses bimbingan di tengah kesibukan beliau. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau, saya tidak yakin skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu.
6. Prof. Dr Lely Arrianie M.Si, selaku dosen penguji dan dosen saya, yang juga membantuy dan memberi ilmu, motivasi dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini. Terimakasih sebanyak banyaknya diucapkan kepada Ibunda Lely. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau, saya tidak yakin skripsi ini akan selesai dengan isinya yang jauh lebih baik ini.
7. Seluruh dosen Program Ilmu Komunikasi seluruh Universitas Nasional yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu dan banyak pengalaman yang dimiliki pada si peneliti.
8. Orang Tua peneliti, Bapak Adi Teguh Pramono dan Ibu Moranti dan yang telah menjadi semangat serta motivasi saya untuk kelancaran bagi penulis sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan tepat waktu.
9. Ucapkan terima kasih untuk pihak PT. Seecut Hairstylizh yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi peneliti. Yang dimana ada Bapak Michell Andrianz sebagai owner.
10. Teruntuk teman dekat saya, Fadhila Azahra Siregar yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
11. Terima kasih untuk Keluarga saya, Kakek Bukhari Soedimedjo, Ibu Planinda, paman saya Rasyidi dan Bunda Vera Indriyani, serta adik-adik saya Muhamad Abel Fathir,

Uftyah Ramadhani, Gaby Larasati, dan Azaliyah Rivani yang telah mendukung dalam penyusunan skripsi peneliti.

12. Terima kasih juga untuk Nenek Saya yang sudah mendahului, Nenek Rosmada dan Nenek Tia Sofia yang selalu menjadi alasan saya bersemangat dalam penyusunan skripsi.
13. Terima kasih untuk saudara dan teman-teman saya yang telah memberikan tawa dan canda: Muhammad Anugerah Veditama, Muhammad Farel Marhadi, Muhammad Fitrah Aryo, Muhammad Agung Ahsary, Elfrida Arthamevia Nadiva Tengker, Hersi Khansa, Ali Ridho, Farrah Martyano, Andin Amada Refido, dan seluruh Keluarga besar Cicit Mak Eyang, Keluarga besar Bukhari Sodimedjo dan Keluarga besar Waraco 2017 yang tidak saya bisa sebut satu persatu.
14. Terima kasih untuk teman-teman Universitas Nasional Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, yang telah membantu mendoakan dan memberikan semangat satu sama lain agar skripsi ini cepat selesai.
15. Dan terakhir, saya ingin berterima kasih untuk diri saya sendiri, karena yang sudah berjuang untuk menyelesaikan dan mengerjakan tugas akhir ini.
16. Semoga skripsi yang telah penulis tulis ini senantiasa dapat memberikan manfaat pengetahuan dan ilmu – ilmu mengenai topik yang telah peneliti bahas bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<u>BAB I</u> PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	14
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	14
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	15
1.3.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.3.2 Manfaat Praktis.....	15
1.5 Sistematika Penulisan	15
<u>BAB II</u> KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Segmenting, Targeting, Positioning	19
2.2.1 Segmentasi.....	20
2.2.2 Targeting.....	20
2.2.3 Positioning	20

2.3	Kajian Pustakaa	20
2.3.1	Pengelolaan.....	20
2.3.2	Manajemen	21
2.3.3	Media Sosial.....	23
2.3.4	Pengertian Instagram	24
2.4	Promosi.....	27
2.4.1	Promosi adalah alat komunikasi	28
2.4.2	Promosi Penjualan	28
2.4.3	Publikasi.....	29
2.4.4	Penjualan Pribadi	29
2.4.5	Strategi Promosi Pemasaran Periklanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.5	Teori yang digunakan	Error! Bookmark not defined.
2.5.1	Teori AISAS	Error! Bookmark not defined.
2.6	Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB III</u> METODOLOGI PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Pendekatan Penelitiann	36
3.2	Teknik Pengumpulan Data	37
3.2.1	Wawancara Mendalam.....	38
3.2.2	Observasi Partisipan.....	38
3.2.3	Dokumentasi.....	39
3.3	Informan Penelitian	39

3.3.1	Key Informan	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Informann Pokok	Error! Bookmark not defined.
3.4	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Analisis Dataa	Error! Bookmark not defined.
3.6	Reduksi Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Penyajian Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8	Penarikan Kesimpulan	44
BAB IV	HASIL & PEMBAHASANN	46
4.1	Deskripsi Wilayah Penelitian	46
4.1.1	Jenis-jenis Konten yang disajikan Seecut Hairstylizh.....	47
4.1.2	Visi Misi Seecut Hairstylizh	47
4.1.3	Gambaran isi media Seecut Hairstylizh	48
4.2	Profil Informan.....	49
4.3	Penyajian Data Hasil penelitian.....	50
4.3.1	Planning, Organizing, Actuating, Controlling	50
4.4	Komunikasi Pemasaran terpadu Seecut Hairstylizh	57
4.5	Segmenting, Targeting, Positioning Promosi Seecut Hairstylizh	63
4.6	Pemanfaatan Fitur Instagram sebagai Media Promosi.....	65
4.7	Teori AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)	71
4.7.1	Attention (perhatian)	Error! Bookmark not defined.
4.7.2	Interest (tertarik)	72

4.7.3	Search (pencarian)	73
4.7.4	Action (aksi).....	73
4.7.5	Share (membagikan).....	75
4.8	Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		83
LAMPIRAN 1.....		83
Surat Penugasan Pembimbing Skripsi.....		83
LAMPIRAN 2.....		83
Surat Permohonan Penelitian/Surat Pengantar		84
LAMPIRAN 3.....		85
Laporan Bimbingan.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 4.....		86
Lampiran Bimbingan Disetujui.....		86
LAMPIRAN 5.....		87
Transkrip Wawancara Michel Adrianz		87
Transkrip Wawancara Abel Fathir		96
Transkrip Wawancara Luthfi Rizky.....		98



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Akun *Instagram* Seecut Hairstylizh **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.2 Akun *Instagram* pesaing (Goodwillie Barbershop) **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.3 Perbandingan antara akun Seecut Hairstylizh dan Goodwillie. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.4 Artis-Artis yang menjadi Model Seecut Hairstylizh **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.5 Model Foto Hairstyle Goodwillie **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.1 logo Instagram..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.1 logo Seecut Hairstylizh **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.2 Akun Instagram Seecut Hairstylizh..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.3 website Seecut Hairstylizh **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 4 Fasilitas berupa hot towell dan ac **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.5 fasilitas (cuci rambut) **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.6 Kegiatan give away **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.7 kegiatan promosi potongan 65rb..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.8 harga promo diskon anniversary 20%..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 9 Perkumpulan komunitas *barber* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.10 Pemojangan gratis kegiatan bakti sosial dipanti sosial **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.11 Balasan Komen **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.12 dari akun seescut hairstylizh **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 13 Contoh judul caption **Error! Bookmark not defined.**



Gambar 4.14 Cara membooking pesananan **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4 15 hastag yang dibuat seecut..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 16 video reels Instagram seecut **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.17 bukti Informan Abel Fathir mengikuti akun Seecut Hairstlzh **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.18 Bukti komentar dari key informan Abel Fathir.. **Error! Bookmark not defined.**

