

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Firmansyah, M.Anang. 2020, *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan. CV Penerbit Qiara Media.

Fakhrudin Arif. Dkk. *“Bauran Promosi”*. (Sleman: Deepublish Group Penerbit CV Budi Utama: 2022).

Nurdin Ali, S.Ag. M.Si, Dkk. 2013. *“Pengantar Ilmu Komunikasi”*. Surabaya. Iain Sunan Ampel Press.

Marissa GraceHaque-Flavet. Dkk. *“Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi”*.(Banten: Pascal Book: 2022).

Maulana Huda, Soetomo. *“Segmentasi Targetting Positioning”*. (Surakarta: Muhammadiyah University Press: 2021).

Rabbani Burhanuddin Didin . Dkk. *“Komunikasi Pemasaran”*. (Padang: PT.Global Eksekutif Teknologi: 2022).

Saparso. *“Marketing Procces”*. (Jakarta: Ukrida Press: 2020).

Yusuf Muhammad Fahrudin, M.A. (2021). *“Pengantar Ilmu Komunikasi”*.

Yogyakarta. Cv. Pustaka Ilmu Group

Skripsi :

Ayu Eryta Putri.S. (2013). *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional.

Arya Yudhi Syahputra. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Pada PT.Rajagrafindo Persada*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Diba Farrah Isdhana. (2011). *Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Mahasiswa. Program Studi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang.

Nurma Siti Rosmitha. (2017). *Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Risky Mohammad Fauzi. (2016). *Pengaruh Akun Instagram @Indotravellers.co Terhadap Minat Travelling Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTIRTA Angkatan 2012-2014. Skripsi. program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.*

Jurnal :

Efendi Agus (dkk). (2017). *Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru terhadap Pola Interaksi Sosial Anak DI Kabupaten Sukaharjo. Jurnal (Hal.13). Sukaharjo : Universitas Veteran Surabaya Bangun Nusantara Sukaharjo.*

Brigette Syahron Lahtaeeda. (2017). *Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Penyusunan PPJMD Kota Tomohon. Jurnal Administrasi Publik.*

Puspta Yesi. (2012). *Pemanfaatan New Media Dalam Memudahkan Komunikasi Dan Transaksi Pelacur Gay. Jurnal Pekomnas, Vol.18 No.3, Desember 2015 : 203-212. Prodi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Andalas.*

Setiadi Ahmad. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. Jurnal. AMIK BSI Karawang.*

Sarastuti Dian. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova*. Jurnal. Online Marketing Strategist Dan Oline Branding Jakarta.

Syah Rami, Indra Safri. (2015). *Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT.Pekan Perkasa Berlian Motor Pekan Baru*. Jurnal. Prodi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik. Universitas Islam Riau.

Suyati. *Dampak Media Sosial Terhadap Konflik Di Masyarakat*. Jurnal. Pendidikan Agam islam. Fakultas Agama Islam. Universitas Ahmad Dahlan.



L

A



A

N

LAMPIRAN 1

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

21 %	20 %	5 %	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	2 %
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2 %
3	www.neliti.com Internet Source	1 %
4	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1 %
5	repository.unas.ac.id Internet Source	1 %
6	ejurnal.universitaskarimun.ac.id Internet Source	1 %
7	www.chataja.co.id Internet Source	1 %
8	id.wikipedia.org Internet Source	1 %
9	repository.unikama.ac.id Internet Source	1 %

LAMPIRAN 2

skpl.unas.ac.id/dashboard/data_skpi

SKPI-UNAS SENTIANA GUNAWAN

DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL

Tambah Data SKPI

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	PESERTA WEBINAR PELATIHAN ONLINE	ONLINE TRAINING WEBINAR PARTICIPANTS	KPL	200		Disetujui	✓
2	PESERTA WEBINAR "SOCIO POLITICAL PHOTOGRAPY"	WEBINAR PARTICIPANTS "SOCIO POLITICAL PHOTOGRAPY"	KPL	200		Disetujui	✓
3	PESERTA SEMINAR NASIONAL UNDERSTANDING HUMAN LEARNING & THE ART OF MANAGING 4.0	PARTICIPANTS OF THE NATIONAL SEMINAR UNDERSTANDING HUMAN LEARNING & THE ART OF MANAGING 4.0	KPL	500		Disetujui	✓
4	PESERTA MAKIN CAKAP DIGITAL 2022 KOMUNITAS DKI JAKARTA BANTEN-CAKAP DIGITAL	PARTICIPANTS GET MORE DIGITAL PROPER IN 2022 JAKARTA DKI COMMUNITY BANTEN-DIGITAL PROPER	KPL	200		Disetujui	✓
5	Peserta Tinjauan Kristus penerapan biofouling dan oegaruhnya demi kedaulatan pangan	Participants in Christ awareness of the application of biofouling and its effects for the sake of	KPL	200		Disetujui	✓
6	Peserta webinar cara cerdas menjadi investor pemula	Webinar participants on smart ways to become novice investors	KPL	200		Disetujui	✓
7	Peserta webinar pelatihan lingkungan dan budaya akademik ganjil tahun 2019/2021	Participants in the 2019/2021 odd academic environmental and cultural training webinar	KPL	200		Disetujui	✓

Jumlah Skor

KPP	: 0
KPL	: 1700
KPT	: 0
Skor yang Disetujui	: 1700

LAMPIRAN 3



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Sentiana Gunawan
Npm : 193516516238
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERAN INSTAGRAM SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI
PROMOSI (STUDI KASUS @mixuewibawamukti CABANG
BEKASI)

Disetujui Untuk Diujikan
Jakarta 2 Mei 2023

Dosen Pembimbing Ketua Program Studi



(Dr. Dwi Kartika, S.Sos., M.Si.)



(Drs. Adi Prakosa, M.Si.)



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

FORMULIR PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa	: Sentiana Gunawan
NPM	: 193516516238
Konsentrasi Studi	: Public Relations
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Proposal Skripsi	: Peran Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Bisnis Online (Studi Kasus Pada Online Shop jajananjardin_bekasi)
Dosen Pembimbing	: Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Disetujui untuk Sidang Proposal Skripsi,

Jakarta, Oktober 2022

Dosen Pembimbing,

(Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.)

UNIVERSITAS NASIONAL

LAMPIRAN 4

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN PROPSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sentiana Gunawan

Nama Pokok Mahasiswa : 193516516238

Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi Public Relations

Judul Skripsi : Peran Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Bisnis Online (Studi Kasus Pada Online Shop jajananjardin_bekasi)

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1.	28 – September - 2022	Persetujuan Dosen Pembimbing	
2.	01 – Oktober – 2022	Bimbingan Ke-1 Revisi Judul	
3.	02 – Oktober - 2022	Bimbingan Ke-2 Revisi Bab 1 penambahan materi Bab 1 Pada Latar Belakang, dan Penambahan materi Bab 2 Pada Tinjauan Pustaka	
4.	03 – Oktober - 2022	Bimbingan Ke-3 Penulisan Footnote	
5.	04 – Oktober - 2022	Bimbingan Ke-4 Pengoreksian Bab 1 Sampai Bab 3	
6.	05 – Oktober - 2022	Bimbingan Ke-5 Penambahan Tabel Perencanaan Pada Bab 3 Merodologi Penelitian Subbab Lokasi dan Waktu	

Jakarta,.....20.....

Ketua Program Studi,

Drs. Adi Prakoso, M.Si.



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. Sawi Mania No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 223/D/X/2023

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 Genap Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Sentiana Gunawan
Nomor Pokok : 193516516238
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, Selasa, 4 Maret 2023

Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. ~~Wakil Dekan Studi~~

LAMPIRAN 7



TRANSKRIP AKADEMIK MAHASISWA

Nama Mahasiswa : SENTIANA GUNAWAN
Tempat, Tanggal Lahir : Ganut, 8 Maret 2001
Tahun Masuk : 2019/2020
Nomor Pokok/NIRM : 193516516235
Tanggal Yudisium : -

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Program Kekhususan : Hubungan Masyarakat
Program Pendidikan : Sarjana Strata Satu
Nomor Seri :

MATA KULIAH	Prestasi			
	HM	AM	K	M
MKWN - Mata Kuliah Wajib Nasional				
1 Bahasa Indonesia	A-	3,70	2	7,40
2 Pendidikan Agama	B+	3,30	2	6,60
3 Pendidikan Kewarganegaraan	B	3,00	2	6,00
4 Pendidikan Pancasila	A	4,00	2	8,00
MKWU - Mata Kuliah Wajib Universitas				
5 English Language Proficiency	A	4,00	2	8,00
6 Kewirausahaan	A	4,00	2	8,00
7 Pendidikan Anti Korupsi *	A	4,00	2	8,00
MKWP - Mata Kuliah Wajib Program Studi				
8 Bahasa Inggris	B-	2,70	3	8,10
9 Conversation	B+	3,30	3	9,90
10 Cyber Public Relations	A-	3,70	3	11,10
11 Dasar-Dasar Fotografi	B-	2,70	3	8,10
12 Dasar-Dasar Public Relations	B	3,00	3	9,00
13 Etika dan Kepribadian	A-	3,70	3	11,10
14 Filsafat dan Dasar-Dasar Logika	B+	3,30	3	9,90
15 Filsafat Komunikasi	A	4,00	3	12,00
16 Kampanye Public Relations	A-	3,70	3	11,10
17 Komunikasi Antarbudaya	A-	3,70	3	11,10
18 Komunikasi Antarproadi	B+	3,30	3	9,90
19 Komunikasi Bisnis	A-	3,70	3	11,10
20 Komunikasi Digital dan Media Sosial	A-	3,70	3	11,10
21 Komunikasi Organisasi	B+	3,30	3	9,90
22 Komunikasi Politik	A-	3,70	3	11,10
23 Manajemen Event	B	3,00	3	9,00
24 Manajemen Isu, Krisis dan Reputasi	A	4,00	3	12,00
25 Manajemen Komunikasi Strategis	A	4,00	3	12,00
26 Manajemen Public Relations	B+	3,30	3	9,90
27 Marketing Public Relations	A	4,00	3	12,00
28 Metode Penelitian Kualitatif Public Relations	A-	3,70	3	11,10
29 Metode Penelitian Kuantitatif Public Relations	B+	3,30	3	9,90
30 Metode Penelitian Sosial	B+	3,30	3	9,90
31 Pengantar Ilmu Komunikasi	A	4,00	3	12,00
32 Pengantar Ilmu Politik	B	3,00	3	9,00
33 Pengantar Sosiologi	B	3,00	3	9,00
34 Praktek Kerja Lapangan Public Relations	A-	3,70	3	11,10
35 Propaganda dan Opini Publik	A-	3,70	3	11,10
36 Psikologi Komunikasi	B+	3,30	3	9,90
37 Public Relations dan Manajemen CSR	B	3,00	3	9,00
38 Public Relations Multibudaya	A-	3,70	3	11,10
MKPP - Mata Kuliah Pilihan Program Studi				
39 Public Relations Writing	A	4,00	3	12,00
40 Public Speaking	A-	3,70	3	11,10
41 Seminar Public Relations	A-	3,70	3	11,10
42 Sistem Komunikasi Indonesia	B+	3,30	3	9,90
43 Stakeholder Relations	A	4,00	3	12,00
44 Statistik Sosial	C+	2,30	3	6,90
45 Teknik Negosiasi dan Labi	A	4,00	3	12,00
46 Teknik Reportase dan Wawancara	A	4,00	3	12,00
47 Teori - Teori Public Relations	B-	2,70	3	8,10
48 Videografi	B	3,00	3	9,00
49 Sistem Politik Indonesia	A-	3,70	3	11,10

Judul Skripsi :	
Jumlah Sks diambil	140
Jumlah Mtu	489,70
Indeks Prestasi Kumulatif	3,50
Predikat Kelulusan	
HM	: Huruf Mulu
AM	: Angka Mulu
K	: Kredit
M	: Mulu

Photo

Jakarta, 07 August 2023
Dekan

Dr. Erna Ermawati Cholmi, M.Si

PEDOMAN WAWANCARA DENGAN RESPONDEN

“PERAN INSTAGRAM SEBAGAI

ALAT KOMUNIKASI PROMOSI

(STUDI KASUS PADA @mixuewibawamukti CABANG BEKASI)”

Wawancara Dengan Ibu Andhini Selaku SPV @mixuewibawamukti :

1. Mengapa menggunakan Instagram sebagai media promosi?

Jawab : Dizaman sekarang ini media sosial sudah banyak yang menggunakannya, atas dasar ini kami memanfaatkan akan media sosial Instagram tersebut sebagai alat promosi pada @mixuewibawamukti yang tak lain tujuannya untuk dapat menarik perhatian pelanggan dan juga follower lainnya agar kelar jika telah mengetahui kami mereka dapat berminat untuk berkunjung ke outlet @mixuewibawamukti.

2. Media apa saja yang di gunakan @mixuewibawamukti dalam mempromosikan penjualan?

Jawab : Dalam hal berpromosi kami hanya menggunakan media sosial Instagram, seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa media sosial Instagram sedang naik dan marak digunakan oleh semua kalangan usia yang melat belakangi kamipun menggunakan media sosial Instagram tersebut.

3. Apakah akun Instagram @mixuewibawamukti di jalankan sendiri oleh Ibu selaku SPV @mixuewibawamukti atau di oprasikan oleh admin?

Jawab : kebetulan dalam hal ini kami masih belum memakai admin khusus, yang mana akun instagram dari @mixuewibawamukti masih dijalankan oleh SPV serta Kepala Toko @mixuewibawamukti.

4. Berapa kali @mixuewibawamukti dapat meng-upload foto di Instagram setiap harinya?

Jawab : Untuk berapa kalinya tidak dapat diperkirakan tergantung di setiap harinya ada tidaknya pelanggan kami yang memang menetag akun isntagram @mixuewibawamukti tersebut saat mengabadikan moment tersebut.

5. Apakah ada jadwal tersendiri dalam meng-upload foto ke Instagram?

Jawab : Untuk sejauh ini tidak terlalu berfokuskan akan jadwal, melainkan berdasarkan ada tidaknya pelanngan yang memang menetag akun Instagram @mixuewibawamukti tersebut dan ditambah lagi kepada pemegang akun ini apakah sedang sibuk atau tidak.

6. Strategi apa yang di gunakan @mixuewibawamukti dalam memanfaatkan Instagram?

Jawab : Strategi yang kami gunkaan tentunya dengan memanfaatkan akan hasil testimosi pelanggan kami yang memang diposting di akun instagramnya dan kemudian menetag akun Instagram kami tersebut, disini kami akan menggunggah kembali akan hasil riview-an pelanggan kami mengenai menu dari @mixuewibawamukti tersebut yang hasil repost-an tersebut tidak kami tambahkan kata-kata sedikitpun.

7. Foto yang di upload ke Instagram apakah foto yang di simpan sebelumnya atau setiap ada pelanggan yang meng-upload langsung saat itu juga di upload dengan menggunakan repost?

Jawab : Biasanya kami akan langsung menguploadnya akan tetapi tergantung kami dapat menggunggahnya saat itu juga ataupun menunggu beberapa waktu kemudian disela-sela kami sedang tidak terlalu sibuk handle keseluruhan tim outlet. Kami akan menggunakan cara repost-as sebagai wujud apresiasi kami kepada pelanggan yang memang mereview akan hidangan di @mixuewibawamukti tersebut.

8. Apakah menggunakan cara repost merupakan strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan penjualan?

Jawab : Menurut pendapat saya tentunya hal ini sangatlah efektif, dimana hasil asli penilaian langsung dari si pelanggan yang memang tidak kami tambahkan kata sedikitpun mengenai hasil review-an tersebut, hal inilah yang membuat pelanggan merasakan akan rasa dihargai dengan apa yang dilakukan pihak @mixuewibawamukti walaupun hanya dengan merepostnya saja.

9. Apa kekuatan yang di miliki oleh instagram sehingga di pilih sebagai media promosi dari pada media sosial yang lain?

Jawab : Dalam hal ini kami merasakan akan keunggulan dalam biaya yang dikeluarkan, dimana biaya yang dikeluarkan tidka terlalu memakan biaya yang cukup besar, hanya bermodalkan akan aplikasi Instagram tersebut yang disertai dengan jaringan internet baik dengan kuota ataupun wifi.

Hal ini yang menjadi alasan mengapa kami menggunakan Instagram sebagai media promosi disatu sisi biayanya murah disatu sisi isntagram juga banyak yang menggunakannya jadi kami rasa hal ini telah tepat.

10. Apakah promosi menggunakan Instagram memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan @mixewibawamukti?

Jawab : Sangat berpengaruh dimana tidpa harinya kami selalu diramaikan oleh semua pelanggan yang berkunjung dengan setiap hariny selalu bertambah, baik itu melalui pesanan tak-away, dine-in, ataupun gofood.



LAMPIRAN 9

Wawancara Dengan Narasumber Bapak Fikri Selaku Kepala Toko

@mixuewibawamukti :

1. Sejak kapan saudara bergabung di @mixuewibawamukti ?

Jawab : Sejak bulan Januari tahun 2022

2. Dari mana saudara tau informasi mengenai @mixuewibawamukti?

Jawab : Saya mengetahui informasi mengenai @mixuewibawamukti pada saat saya menggunakan media sosial Instagram, dimana kebetulan sekali melihat akan loker @mixuewibawamukti disalah satu akun Instagram info loker, dari situlah saya mencoba untuk melamar agar harapan besar saya, saya dapat bergabung di @mixuewibaamukti.

3. Apakah sebelumnya sudah tau @mixuewibawamukti sebelum menjadi Kepala Toko @mixuewibawamukti?

Jawab : Kebetulan saya telah mengetahui juga sebelumnya, melihat dari postingan teman-teman saya yang suka berkunjung ke @mixuewibaamukti, dari sinilah saya tahu akan keberadaan @mixuewibaamukti.

4. Sejak kapan anda menggunakan Instagram?

Jawab : Saya telah menggunakan media sosial Instagram pada saat duduk di bangku SMP, dimana saya memulai menggunakan Instagram yang tak lain untuk kebutuhan akan bersosial media dengan teman-teman saya diinstagram tersebut.

5. Strategi apa yang di gunakan @mixewibawamukti dengan memanfaatkan Instagram untuk menarik minat konsumen untuk berkunjung?

Jawab : Dengan memanfaatkan akan kehadiran Instagram, saya rasa keberadaainstagram ini merupakan langkah yan tepat dalam mempromosiakn @mixewibaamukti kepada masyarakat luas.

6. Bagaimana menurut anda strategi yang di lakukan oleh @mie.gacoanbekasi, apakah sudah efektif, apakah ada saran lain untuk @mixewibawamukti dalam segi promosi, agar dapat meningkatkan penjualan?

Jawab : Ya, saya rasa telah efektif dengan menggunakan kehadiran media sosial Instagram untuk alat promosi tersebut, terbukti yang berkunjung disetiap harinya teruslah ramai. Dimana Instagram sudah jelas banyak pengguna jadi pelangganpun berkunjung disatu berdasarkan akan adanya akun Instagram @mixewibawamukti tersebut disatu sisi pelanggan yang datang atas dasar rekomendasi oleh kerabat,teman dan sebagainya.

9. Menurut saudara apakah kelebihan yang di miliki oleh Instagram sebagai media promosi?

Jawab : Kelebihan dari media sosial Instagram yaitu sepertinya karena terdapatnya sebuah fitur yang cukup menarik bagi kita semua yang menggunakan Instagram, terkhususkan fitur efek yang dapat membuat hasil tampilan gambar foto dan video menjadi lebih jernis dan bagus, dan disatu sisi biaya yang dikeluarkan juga murah hanya sebatas kuota dna wifi untuk melakukan pengoperasian Instagram serta disatu sisi penggunaanya cukup

banyak juga yang membuat promosi di Instagram mudah dijangkau oleh sesama pengguna lainnya. Hal ini yang membuat Instagram menjadi lebih menarik dibandingkan media sosial yang lainnya.

10. Apa kendala dalam mempromosikan melalui Instagram?

Jawab : Kemungkinan kendala yang umum ya soal jaringan internet yang suka hilang ataupun jelek tidak stabil jaringan internetnya yang membuat lambat dalam pengelolaan pengoperasian Instagram tersebut.



LAMPIRAN 10

Wawancara Dengan Narasumber Pelanggan Dan Follower

@mixuewibawamukti:

1. Apakah saudara sering berkunjung ke @mixuewibawamukti? berapa kali?

Jawab : Alma ; Sering si tidak namun saya sudah empat kali berkunjung ke

@mixuewibaamukti .

Fida ; Kalau saya kebetulan hany baru dua kali berkunjung ke @mixuewibaamukti.

Zahra ; Saya si lumayan sering ya kira-kira 6 kali-an lah ke @mixuewibaamukti.

2. Dari mana saudara tahu informasi mengenai @mixuewibawamukti? Dan sejak kapan?

Jawab : Alma ; Kebetulan saya tahu mengenai @mixuewibaamukti dari teman SMA saya yaitu ya kurang lebih awal tahun 2023

Fida ; Kalau saya tahu mengenai @mixuewibaamukti saat awal tahun 2023 itupun saya tahu dari rekomendasi kakak saya.

Zahra ; Saya tahu mengenai @mixuewibaamukti sejak awal kemunculan outlet tersebut diman letak lokasi @mixuewibaamukti dekat dengan kediaman rumah saya, maka dati itu saya tahu sejak keberadaan outlet tersebut dibuka.

3. Apa yang membuat saudara tertarik untuk datang ke @mixuewibawamukti?

Jawab : Alma ; Karena direkomendasikan oleh teman saya si, hal ini yang membuat saya ingin mencoba berkunjung ke @mixuewibaamukti tersebut.

Fida ; Karena melihat postingan kaka saya yang pernah kesan membuat saya tertarik ingin berkunjung ke sana juga.

Zahra; Lokasi outlet yang dekat dengan kediaman rumah saya menjadikan diri saya penasaran dan tertarik ingin mengunjunginya.

4. Apakah saudara tau akun Instagram @mixuewibawamukti?

Jawab : Alma ; Saya awalnya tidak tahu, semenjak saya berkunjung saya menjadi tahu akan akun media sosial Instagram @mixuewibaamukti tersebut.

Fida ; Saya tahu akan akaun media sosial Instagram @mixuewibaamukti tersebut karena saya pernah melihat postingan di akun Instagram tersebut.

Zahra; Saya tahu akan akuan media sosial Instagram @mixuewibaamukti tersebut karena saya telah memfollownya sejak keberadaan outlet tersebut berdiri.

5. Menurut saudara apakah hasil unggahan foto dari @mixuewibaamukti membuat saudara ingin berkunjung?

Jawab : Alma ; Saya pribadi si agak tertarik setelah melihat akan beranda akuan Instagram @mixuewibaamukti, karena di akuan tersebut banyak

menampilkan akan menu-menu yang memang tersedia, jadi saya merasakan informasi yang dimuat akun tersebut telah sesuai dengan apa yang saya perlukan.

Fida ; Cukup menarik didalam beranda kaun instagaram @mixewibaamukti, banyak menampilkan menu produk yang pada

akhirannya saya ingin berkunjung setelah melihat menu yang ditawarkan juga terjangkau.

Zahra ; Kalau saya tentu jelas tertarik, karena didalam beranda akaun Instagram @mixewibaamukti yang menjadi daya tarik ialah perihal foto produk yang ditampilkan yang membuat saya ingin berkunjung disisi lain terdapat juga harga menu yang ditampilkan yang dirasa cukup murah dan terjangkau hal ini yang membuat saya ingin berkunjung ke sana.

6. Apakah saudara pernah mem-posting foto makanan yang anda beli dari @mixewibawamukti, untuk anda upload di Instagram pribadi anda?

Jawab : Alma ; Saya si tidak dikarenakan saya tidak terlalu aktif dalam soal posting story.

Fida ; Kalau saya si pernah hanya sekedar untuk story di Instagram saya.

Zahra; Saya si pernah tentu untuk mengabadikan moment saat berada di @mixewibaamukti.

7. Jika iya, apakah hasil unggahan saudara pernah di repost oleh @mixuewibawamukti?

Jawab : Alma ; Tidak ada

Fida ; Sejauh ini si tidak pernah.

Zahra ; Selama ini si belum pernah.

8. Kalau iya, bagaimana perasaan anda?

Jawab : Alma ; Jika memang saya di repost oleh @mie.gacaoanbekasi tentunya saya merasakan hal yang senang dimana saya merasa bahwa pihak @mixuewibaamukti respek kepada pelanggannya.

Fida ; Kalau saya yang direpost oleh @mie.gacaoanbekasi jelas saya senang dong, karena hal ini berarti merupakan wujud dari pihak @mixuewibaamukti mengapresiasi kepada pelanggan ataupun followersnya.

Zahra ; Tentu saya akan merasakan hal senang luar biasa, dimana saya merasa dihargai akan hal tersebut walau hanya sebatas direpost.

9. Menurut anda strategi apa yang di gunakan oleh @mixuewibawamukti, untuk menarik jumlah pengunjung yang datang?

Jawab : Alma ; Sepertinya dari hal upload foto menu yang mana agar masyarakat tahu akan akun isntagram @mixuewibaamukti.

Fida ; Kalau menurut saya si dari hal repost postingan pelanggan, hal ini yang menjadi daya tarik pihak @mixuewibaamukti karena nantinya pelanggan dan masyarakat lainnya akan menganggap sebuah penilaian dari pelanggannya langsung yang secara langsung dan

jujur yang pada akhirnya membuat masyarakat ingin ikut berkunjung.

Zahra; Dari hal repost sebuah postingan review-an pelanggan, yang mana hal ini mendasari cara mereka untuk dapat menarik minat masyarakat datang. Dan juga postingan beberapa produk yang menampilkan akan ketersediaan menu apa yang disajikan.

10. Menurut anda faktor-faktor apa saja yang membuat Instagram efektif sebagai media promosi dan apa kelebihanannya?

Jawab : Alma ; Karena sudah jelas banyaknya peminat pengguna media sosial Instagram yang melatar belakangi @mixuewibaamukti memakai dan memanfaatkan akan keberadaan Instagram tersebut sebagai media promosi memperkenalkan kepada masyarakat luas.

Fida ; Zaman sekarang banyak yang menggunakan media sosial terkhususkan akan Instagram, nah hal ini yang menjadi sebab dari pihak @mixuewibaamukti tak mau menyiakan peluang dalam menarik minat pelanggannya.

Zahra; Banyaknya pengguna media sosial Instagram membuat pihak @mixuewibaamukti memutar strateginya dalam memanfaatkan peran Instagram tersebut, karena telah jelas sudah banyak yang memakai Instagram jadi banyak orang yang mudah dalam mengakses informasi di Instagram termasuk informasi @mie.gacoanbekasi yang hal ini tanpa disadari menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk datang dan mencobanya.

LAMPIRAN 11

Foto Wawancara Dengan Ibu Andhini Selaku SPV @mixuewibawamukti



LAMPIRAN 12

Foto Wawancara Dengan Bapak Fikri Selaku Kepala Toko

@mixewibawamukti



LAMPIRAN 10

Foto Wawancara Dengan Pelanggan (Alma Dan Fida)

Dan Followers (Zahra) @mixewibawamukti



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A.DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Sentiana Gunawan
Tempat, Tanggal Lahir : Garut, 08 Maret 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl.Wibawa Mukti IV Rt004 Rw017
Kel.Jati Mekar, Kec.JatiAsih, Kota Bekasi 17422
Telepon : 085776629370
Email : sentianagunawan@gmail.com

B.RIWAYAT PENDIDIKAN

SDN Jati Mekar III : 2007 - 2013
SMPN 34 Kota Bekasi : 2013 -2016
SMA Perguruan Rakyat 2 : 2016 - 2019
Universitas Nasional : 2019 – 2023

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 01 Februari 2023

Sentiana Gunawan

NPM : 193516516238

