



UNIVERSITAS NASIONAL

**PERKEMBANGAN PROMOSI PADA *HOT WHEELS*
INDONESIA
(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE PADA
AKUN INSTAGRAM @*HOTWHEELS_IND*O)**

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

**Nur Rachmadi
173112351650089**

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

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**PROMOTIONAL DEVELOPMENTS OF HOT WHEELS
INDONESIA**

**(FERDINAND DE SAUSSURE SEMIOTICS ANALYSIS ON
THE INSTAGRAM ACCOUNT @HOTWHEELS_INDO)**

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

**Nur Rachmadi
173112351650089**

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

2023



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 Manila 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 : fbunas49@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. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.**

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

Nama Mahasiswa : Nur Rachmadi
Nomor Pokok : 173112351650089
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. Ka. Program Studi;
3. Arsip;



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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nur Rachmadi
NPM : 173112351650089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengembangan Promosi Pada “Hot Wheels Indonesia”
(Analisis Isi Pada Akun Instagram @HotWheels_Indo)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan,

Jakarta, 02 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si.



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Rachmadi
Npm : 173112351650089
Program Studi : Ilmu Komunikasi, Periklanan
Judul Skripsi : Perkembangan Promosi Pada Hot Wheels Indonesia
(Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Pada Akun Instagram @Hotwheels_Indo)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional



Dosen Pembimbing,

Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si.

Dekan FISIP UNAS

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nur Rachmadi
NIM : 173112351650089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Perkembangan Promosi Pada *Hot Wheels* Indonesia
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun
Instagram @Hotwheels_Indo)

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.

Ketua Sidang

DEWAN PENGUJI

Drs. Adi Prakosa, M.Si

Ttd



Pembimbing/Penguji I

Dr. Sri Desh' P.

Ttd



Pembimbing II/Penguji II

Dr. Nurhasan Hidayat, M.Si

Ttd



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 / 08 / 2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Nur Rachmadi

NIM : 173112351650089

Judul Skripsi : Perkembangan Promosi Pada Hot Wheels Indonesia (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Pada Akun Instagram @Hotwheels_Indo)

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 ijasah 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, 7 September 2023

Yang membuat pernyataan,



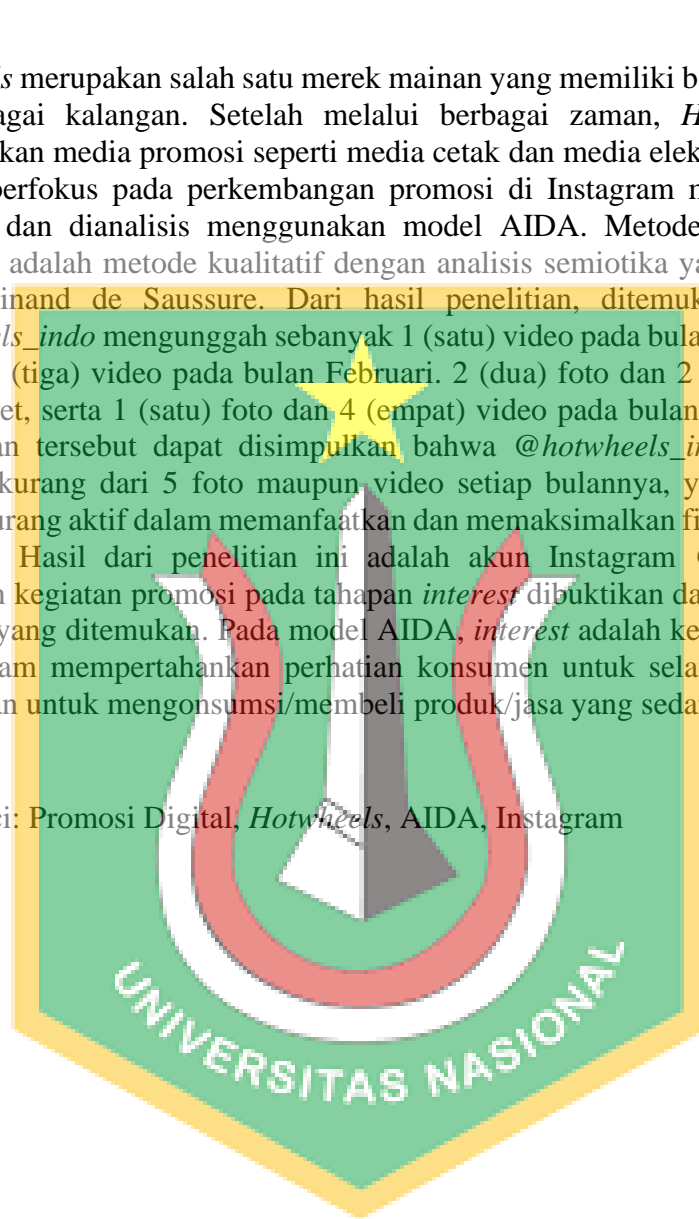
Nur Rachmadi



ABSTRAK

Hot Wheels merupakan salah satu merek mainan yang memiliki banyak penggemar dari berbagai kalangan. Setelah melalui berbagai zaman, *Hot Wheels* telah menggunakan media promosi seperti media cetak dan media elektronik. Penelitian ini akan berfokus pada perkembangan promosi di Instagram milik *Hot Wheels* Indonesia dan dianalisis menggunakan model AIDA. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa akun *@hotwheels_indo* mengunggah sebanyak 1 (satu) video pada bulan Januari, 3 (tiga) foto dan 3 (tiga) video pada bulan Februari. 2 (dua) foto dan 2 (dua) video pada bulan Maret, serta 1 (satu) foto dan 4 (empat) video pada bulan April. Dari hasil pengamatan tersebut dapat disimpulkan bahwa *@hotwheels_indo* mengunggah sebanyak kurang dari 5 foto maupun video setiap bulannya, yang artinya akun tersebut kurang aktif dalam memanfaatkan dan memaksimalkan fitur yang ada pada Instagram. Hasil dari penelitian ini adalah akun Instagram *@hotwheels_indo* melakukan kegiatan promosi pada tahapan *interest* dibuktikan dari unggahan serta komentar yang ditemukan. Pada model AIDA, *interest* adalah kemampuan sebuah merek dalam mempertahankan perhatian konsumen untuk selanjutnya memiliki ketertarikan untuk mengonsumsi/membeli produk/jasa yang sedang dipromosikan.

Kata Kunci: Promosi Digital, *Hotwheels*, AIDA, Instagram



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullohi Wabarrakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya dan karena karunia-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul *Perkembangan Promosi Pada "Hot Wheels Indonesia" (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Hotwheels_Indo)*.

Saya juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua saya, karena berkat dukungan dan kasih sayang yang tak terhingga, saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

Saya juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional Jakarta Selatan.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku dekan Fakultas Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta Selatan.
3. Drs Adi Prakosa, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta
4. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
5. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si. selaku pembimbing akademik serta seluruh staf di prodi Komunikasi yang telah membantu saya selama saya berkuliah.
6. Dr. Nurhasanah Haspiani, M. Si. selaku dosen pembimbing, saya mengucapkan terima kasih atas kesabaran dan kebaikannya dalam membimbing saya sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
1.1. Promosi Melalui Internet.....	10
1.2. Media Sosial dan Instagram.....	11
1.3. Pemasaran melalui Instagram.....	17
1.4. Teori Komunikasi Pemasaran.....	18
1.5. Model AIDA.....	23
1.6. Semiotika Ferdinand de Saussure.....	25
1.7. Loyalitas Konsumen.....	27
1.8. Teori Pemasaran Terintegrasi.....	29
1.9. Hot Wheels.....	31
1.10. Penelitian Terdahulu.....	34

BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1. Pendekatan Penelitian.....	38
3.2. Penentuan Data dan Sumber Data.....	41
3.3. Teknik Analisis Data.....	43
3.4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	44
3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	44
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
1.1. Profil.....	46
1.2. Akun Instagram @hotwheels_indo.....	49
1.3. Analisis Penggunaan Fitur Unggahan Instagram.....	50
1.4. Strategi Pemasaran.....	58
1.5. Analisis dengan Pendekatan Model AIDA.....	64
1.6. Perkembangan Promosi Hot Wheels.....	73
1.7. Loyalitas Penggemar Hot Wheels.....	74
BAB V	
KESIMPULAN.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	85

