

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Instagram Sebagai Media Promosi Jasa *Make-up*”

OLEH
ANISA RAHMA NAAYA
NIM: 291 416 074

Telah dipertahankan didepan dewan penguji

Hari/Tanggal : Senin, 10 Agustus 2020
Waktu : 09.45 – 10.00 WITA

Penguji

1. **Isnawati Mohamad, S.Pd., M.Pd.**
NIP: 197409112008122003
2. **Taufik R. Talalu, S.Pd., M.I.Kom.**
NIP: 199003132019031018
3. **Zulaeha Laisa, S.Sos, M.Si.**
NIP: 197312142003122001
4. **Citra F.I.L Dano Putri S.Pd., M.I.kom.**
NIP: 198410082014042001

1.

2.

3.

4.

Gorontalo, 10 Agustus 2020
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO



Dr. Hj. Zulaeha Ngiu, M.Pd.
NIP: 196705091998032001

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI JASA MAKE-UP

OLEH

ANISA RAHMA NAAYA

NIM : 291 416 074

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Zulaeha Laisa, S.Sos, M.Si
NIP: 197312142003122001

Pembimbing II



Citra F.I.L Danol Putri S.Pd, M.I.Kom
NIP: 198410082014042001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Zulaeha Laisa, S.Sos, M.Si
NIP: 197312142003122001

Instagram Sebagai Sarana Promosi Jasa Make-Up

Anisa Rahma Naaya

Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat, mendukung kehadiran media-media untuk ikut berkembang. Semakin berkembangnya media juga membuat pengguna media harus kreatif dalam menghadapi perkembangan ini. Misalnya *instagram* yang diketahui hanya sebagai media sosial tetapi ternyata *instagram* juga mampu dikelola sebagai sarana untuk melakukan promosi jasa *make-up* karena fitur-fitur yang dimilikinya. Adapun Rumusan masalahnya, yaitu Bagaimana *instagram* digunakan sebagai sarana promosi jasa *make-up*. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis proses penggunaan *instagram* sebagai media sosial yang dimanfaatkan sebagai sarana promosi jasa *make-up*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data melalui tahapan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Adapun yang menjadi hasil penelitian penulis, yaitu hadirnya *instagram* yang memiliki sifat dan fungsi media sebagai media baru membuat *instagram* mempunyai potensi sebagai media baru untuk menjadi sarana promosi jasa dalam penelitian ini yaitu jasa *make-up* oleh Abdie Suryawan dengan nama akun *@suryawans_makeup*. Hal tersebut terlihat dari *instagram* yang memiliki fitur-fitur untuk mendukung penyampaian promosi menurut Chris Heuer yaitu 4C, *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*.

Kata Kunci : *Instagram, Media Promosi Jasa, Make-up Artist*

The Use of Instagram as Medium to Promote Makeup Services

Anisa Rahma Naaya

Undergraduate Thesis, Study Program of Communication Sciences
Faculty of Social Sciences, Universitas Negeri Gorontalo

ABSTRACT

The rapid development of technology encourages the emergent development of media. The technological advancements also compel its users to be creative in dealing with such era. For example, Instagram is once known only as social media, but it turns out that Instagram can also be managed as a medium to promote makeup services because of its features.

As based on the problem statement, the purpose of this study was to analyze the process of using Instagram as a social media which is used as a medium to promote makeup services.

The study employed data collection methods through the stages of observation, interview, and documentation. The results revealed that with its attributes and media functions as a new medium, the presence of Instagram could potentially make it to become a new medium of promoting services in this study, namely makeup services by Abdie Suryawan with the account name @suryawans_makeup. This can be seen from Instagram features that support the delivery of the promotions according to Chris Heuer's 4C components theory, in context, communication, collaboration, and connection.

Keywords: Instagram, Promotional Services Medium



