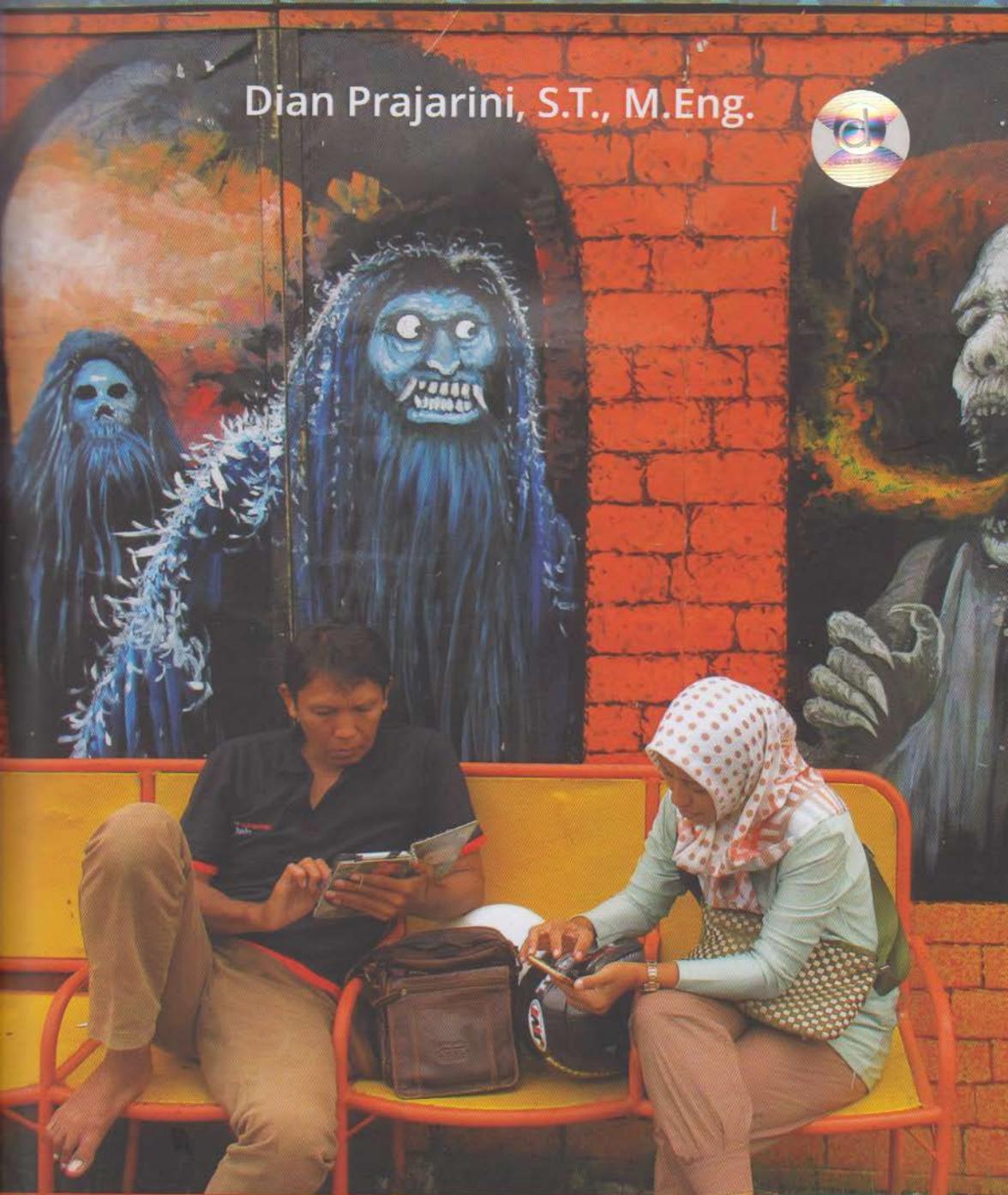


Dian Prajarini, S.T., M.Eng.



Media Sosial Periklanan Instagram

Media Sosial Periklanan - Instagram

Media Sosial Periklanan - Instagram

Disusun dan Ditulis oleh: [Nama Penulis]

[Mata Kuliah / Jurusan / Universitas]

[Area dengan watermark logo dan teks yang sangat samar dan tidak terbaca]

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Media Sosial Periklanan - Instagram

Dian Prajarini, S.T., M.Eng.

 **deepublish**
glorify and develop the intellectual of human's life

MEDIA SOSIAL PERIKLANAN - INSTAGRAM

Dian Prajarini

Desain Cover :
Sudjadi Tjipto R.

Sumber :
Sudjadi Tjipto R.

Tata Letak :
Titis Yuliyanti

Proofreader :
Avinda Yuda Wati

Ukuran :
x, 38 hlm, Uk: 15.5x23 cm

ISBN :
978-623-02-2129-3

Cetakan Pertama :
Desember 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2020 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427
Website: www.deepublish.co.id
www.penerbitdeepublish.com
E-mail: cs@deepublish.co.id

Buku Ajar Media Sosial Periklanan dengan judul “Media Sosial Periklanan - Instagram” merupakan luaran tambahan hasil Hibah Penelitian Pemula (PDP) Tahun 2019 yang dilaksanakan pada tahun 2020

Dengan judul penelitian:

**PENGARUH DESAIN *POST* INSTAGRAM TERHADAP MINAT PEMBELIAN
PRODUK UMKM KOPI DI KABUPATEN SLEMAN**

Dibiayai oleh:

Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat

Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset dan

Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional

SK No. 26/E1/KPT/2020

Serta Amandemen Kontrak LP2M STSRD VISI dengan Peneliti

Nomor: 042.2/STSRD VISI.K4/VI/2020

KATA PENGANTAR

Media sosial saat ini sudah menjadi sebuah kebutuhan wajib manusia bukan lagi sebuah media untuk hiburan. Meski pada awalnya penggunaan media sosial ini hanya untuk hiburan mencari jejaring pertemanan, setelah berjalannya waktu dengan perkembangan sosial masyarakat dan teknologi informasi membuat media sosial digunakan menjadi media yang lebih serius. Serius dalam hal ini bukan lagi hanya untuk jejaring pertemanan santai, melainkan mengarah ke jejaring profesional. Selain itu dari sisi bisnis media sosial ini merupakan media yang bisa digunakan untuk ajang promosi, menaikkan citra, mengenalkan produk baru dengan tujuan mencari pelanggan baru, menjangkau pelanggan lokasi tertentu maupun mempertahankan loyalitas pelanggan.

Biaya yang murah dalam melakukan promosi melalui media sosial, membuat siapa pun pelaku usaha baik besar maupun skala kecil UMKM bisa memanfaatkannya dengan sebaik mungkin. Dalam penelitian yang dilakukan penulis terbukti benar desain *post* pada Instagram sebagai salah satu media sosial berpengaruh terhadap minat beli sebuah produk. UMKM bisa mengoptimalkan fitur dan keunggulan Instagram sebagai media promosi

Dalam buku ini dibahas desain *post* Instagram seperti apa yang perlu diperhatikan oleh pengguna, khususnya pelaku usaha yang ingin melakukan promosi melalui *feed* akun Instagram mereka tanpa membayar biaya iklan. Konten *post* berupa foto dan video asli produk maupun suasana usaha menjadi hal yang harus diperhatikan. Konten (kualitas foto & video), *caption*, *call to action* serta *hashtag* adalah beberapa hal yang perlu mendapat perhatian saat mendesain *post* Instagram.

Melalui buku ini diharapkan para pembaca bisa menerapkan beberapa kriteria atau garis besar pada saat mendesain *post* Instagram saat akan melakukan promosi.

Dwisanto Sayogo, M.Ds.
Ketua Jurusan Desain Komunikasi Visual,
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I MEDIA SOSIAL.....	1
1.1. Pendahuluan.....	1
1.2. Jenis-Jenis Platform Media Sosial.....	3
BAB II MEDIA SOSIAL PERIKLANAN.....	5
2.1. Pendahuluan.....	5
2.2. Kajian Instagram sebagai Media Promosi.....	6
2.3. Memulai Promosi Melalui Media Sosial.....	7
BAB III INSTAGRAM.....	13
3.1. Fitur.....	13
3.2. Pengaruh Desain <i>Post</i> Instagram terhadap Minat Pembelian.....	16
BAB IV DESAIN <i>POST</i> INSTAGRAM.....	28
4.1. Konten.....	28
4.2. <i>Caption</i>	30
4.3. <i>Hastag</i>	32
DAFTAR PUSTAKA.....	35
TENTANG PENULIS.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Goal Strategy</i>	11
Gambar 2	<i>Milestones Short Term Goals</i>	11
Gambar 3	Instagram Kopi Banua	14
Gambar 4	Instagram Tanya Kopi	15
Gambar 5	Instagram Kopi Lhur	15
Gambar 6	Instagram Sintesis Coffee & Space	29
Gambar 7	Instagram Ethikopia Coffebay	30
Gambar 8	<i>Caption Sintesis Coffee</i>	32
Gambar 9	<i>Hashtag Sintesis Coffee</i>	33

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Variabel Penelitian.....	17
Tabel 2.	Tabel Skala Likert yang digunakan.....	18
Tabel 3.	Hasil Uji Validitas	19
Tabel 4.	Hasil Uji Reabilitas	20
Tabel 5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	20
Tabel 6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	21
Tabel 7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	21
Tabel 8.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Desain <i>Post Instagram</i>	22
Tabel 9.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Minat Pembelian.....	23
Tabel 10.	Statistik Deskriptif.....	24
Tabel 11.	Persamaan Regresi	24
Tabel 12.	Hasil Uji t	25
Tabel 13.	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	26

Buku ini merupakan luaran tambahan hasil PDP (Penelitian Dosen Pemula) tahun 2019 yang dilaksanakan pada tahun 2020 dengan rumpun ilmu DKV (Desain Komunikasi Visual) yang diwujudkan dalam bentuk buku ajar mata kuliah Media Sosial Periklanan pada jenjang Strata-1 Jurusan Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia. Penulis melakukan penelitian yang menemukan bahwa desain *post* Instagram memberikan pengaruh terhadap minat pembelian seorang *follower* akun Instagram, khususnya kedai kopi. Kemudian, penulis mencoba menjabarkan panduan atau langkah-langkah untuk melakukan promosi pada Instagram melalui *post* konten yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha, khususnya UMKM agar bisa membuat desain *post* yang baik sehingga bisa mendukung promosi usaha mereka.



Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)

Jl. Rajawali, Gang Elang 6 No.3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581

Telp/Fax : (0274) 4533427

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

cs@deepublish.co.id @penerbitbuku_deepublish

Penerbit Deepublish www.penerbitbukudeepublish.com

Kategori : Media Komunikasi

ISBN 978-623-02-2129-3



9 786230 221293