

**ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN ONLINE PADA TOKO SK KOMPUTER**

TUGAS AKHIR

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Kelulusan Program Strata I Pada
Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer
(STMIK) Palangkaraya



OLEH

GUSTI DEDY SAPUTRA
NIM C1757201050
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
(STMIK) PALANGKARAYA
2022**

**ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN ONLINE PADA TOKO SK KOMPUTER**

TUGAS AKHIR

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Kelulusan Program Strata I Pada
Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer
(STMIK) Palangkaraya

OLEH

GUSTI DEDY SAPUTRA
NIM C1757201050
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
(STMIK) PALANGKARAYA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : GUSTI DEDY SAPUTRA

Nim : C1757201050

Menyatakan Bahwa Tugas Akhir dengan judul :

ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE PADA TOKO SK KOMPUTER

Adalah hasil karya saya dan bukan merupakan duplikasi sebagian atau seluruhnya dari karya orang lain, kecuali bagian yang sumber informasi di cantumkan.

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar – benarnya secara sadar dan bertanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi pembatalan tugas akhir apabila terbukti melakukan duplikasi terhadap tugas akhir atau karya ilmiah yang sudah ada.

Palangka Raya, 14 Januari 2022

Yang Membuat Pernyataan



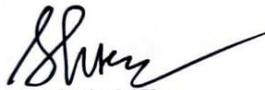
GUSTI DEDY SAPUTRA

PERSETUJUAN

ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN ONLINE PADA TOKO SK KOMPUTER

Tugas Akhir ini telah di setujui untk diujikan
Pada Tanggal 06 Januari 2022

Pembimbing I,



Susi Hendartie, M.Kom.
NIK.197803202008001

Pembimbing II,



Rosniati, M.Kom.
NIK.197810102005003

Mengetahui,
Ketua STMIK Palangkaraya,



Subarno, M.Kom.
NIK.1969010441995105

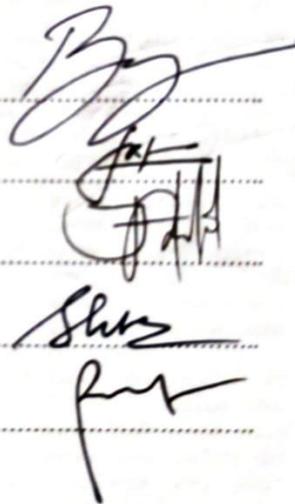
PENGESAHAN

**ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN ONLINE PADA TOKO SK KOMPUTER**

Tugas Akhir ini Telah Diuji , Dinilai dan Disahkan
Oleh Tim Penguji pada tanggal 14 Januari 2022

Tim Penguji Tugas Akhir

1. Bayu Pratama Nugroho, S.Kom, M.T.
Ketua
2. Drs. Sartana, M.Si.
Sekretaris
3. Hafiz Rivadli, M.Kom
Anggota
4. Susi Hendartie, M.Kom
Anggota
5. Rosmiati, M.Kom
Anggota



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah Melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap suatu kadarnya”. (QS. Ar-Ra’d:11)

Persembahan :

Dengan Mengucapkan Puji dan Syukur kepada Allah SWT, Karena atas Rahmat dan Karunia-Nya, Saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik, kupersembahkan karyaku yang sederhana ini kepada :

1. Kedua Orang tua-ku yang tercinta, Kakak-Ku, serta keluarga besar-ku yang tersayang, terima kasih telah memberikan dukungan, nasihat serta doa kepadaku.
2. Bapak dan Ibu Dosen STMIK Palangkaraya, terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan kepada kami.
3. Teman-temanku yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama mengerjakan tugas akhir ini lalui Bersama, Terima Kasih semua.

INTISARI

Gusti Dedy Saputra, C1757201050, 2022, *Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Toko Sk Komputer*, Pembimbing I Susi Hendartie, M.Kom., Pembimbing II Rosmiati, M.Kom.

Perkembangan teknologi saat ini yang semakin berkembang pesat, dapat menciptakan alat komunikasi yang mampu menjalankan berbagai aplikasi dan dapat digunakan untuk berbagai hal. Salah satunya Instagram, Instagram sendiri bisa digunakan untuk berbagi foto, video dan kegiatan tertentu ke publik. Instagram sering digunakan untuk bisa memasarkan, mempromosikan, maupun menyampaikan informasi suatu produk kepada konsumen salah satunya pada toko SK Komputer.

Pada toko SK Komputer telah memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran produk yang dijual diantaranya printer, laptop, tinta print, dan lain sebagainya. Dengan menggunakan Instagram terdapat pilihan lain bagi konsumen untuk melihat produk yang dijual selain datang langsung ke toko SK Komputer tapi bisa dilihat pada akun Instagram SK komputer.

Hasil analisis yang telah dilakukan, dengan memanfaatkan fitur *Insight* pengguna Instagram yang dalam hal ini adalah Toko SK Komputer merasa sangat terbantu karena dapat menganalisis mengenai *follower* mereka sehingga dapat menentukan waktu yang paling tepat untuk memposting produk, produk seperti apa yang diharapkan oleh *followernya*, dapat menentukan daerah mana saja yang bisa dijangkau dan melakukan promosi yang tepat sasaran.

Kata Kunci : Instagram, Analisis, Pemasaran, SK Komputer, *follower* dan *Online*

ABSTRACT

Gusti Dedy Saputra, C1757201050, 2022, *Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Toko Sk Komputer*, Advisor I Susi Hendartie, M.Kom., Advisor II Rosmiati, M.Kom.

The development of technology is currently growing rapidly, can create communication tools that are able to run various applications and can be used for various things. One of them is Instagram, Instagram itself can be used to share photos, videos and certain activities to the public. Instagram is often used to be able to market, promote, or convey information about a product to consumers, one of which is at the SK Komputer store.

At the SK Computer store, they have used Instagram as a marketing medium for products sold including printers, laptops, print inks, and so on. By using Instagram, there are other options for consumers to see the products being sold other than coming directly to the SK Komputer store but can be seen on the SK Computer Instagram account.

The results of the analysis that have been carried out, by utilizing the Instagram user's Insight feature, which in this case is the SK Komputer Store, find it very helpful because it can analyze their followers so that they can determine the most appropriate time to post products, what kind of products are expected by their followers, can determine which areas can be reached and carry out targeted promotions.

Keywords: Instagram, Analysis, Marketing, SK Komputer, follower and Online.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE PADA TOKO SK KOMPUTER” Pembuatan tugas akhir ini untuk melengkapi salah satu persyaratan untuk kelulusan pada STMIK Palangkaraya.

Berkat pertolongan dari berbagai pihak yang meluangkan waktu dan pikiran sehingga penulis bisa menyelesaikan pembuatan tugas akhir ini. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Suparno, M.Kom., selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Palangkaraya.
2. Eska Selaku pemilik dari toko SK Komputer yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
3. Susi Hendartie, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, koreksi, dan bimbingan dalam materi penelitian Tugas Akhir ini.
4. Rosmiati, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, koreksi, dan bimbingan dalam penyusunan penulisan Tugas Akhir ini.

5. Kedua orang tua dan seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materi selama penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Bapak dan ibu dosen Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Palangkaraya. Yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Kepada teman yang selalu mendukung dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan , oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Palangkaraya, Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Batasan Masalah.....	2
D. Tujuan Dan Manfaat	2
E. Jenis Penelitian.....	3
F. Sistematika Penulisan	4
G. Penjelasan Istilah Kunci.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Dasar Teori.....	7
B. Penelitian yang Relevan.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Metode Pengumpulan Data	29
B. Tinjauan Umum	30
C. Analisis.....	31
D. Alur Sistem Sedang Berjalan	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil	38
B. Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUP.....	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Flowchart	23
Tabel 2 Penelitian Yang Relevan.....	25
Tabel 3. isi konten Instagram.....	31
Tabel 4 Analisis PIECES	33
Tabel 5. Hasil Kuesioner.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo StarUML	20
Gambar 2. Flowchart Pemasaran Online	36
Gambar 3. Profil Instagram SK Komputer	39
Gambar 4. Ungahan Produk Laptop Asus.....	41
Gambar 5. Ungahan Produk Laptop Lenovo	42
Gambar 6. Ungahan Produk Laptop Vivobook.....	43
Gambar 7. Ungahan Service laptop	44
Gambar 8. Arsip Cerita Instagram SK Koomputer	45
Gambar 9. Direct Message SK Komputer	46
Gambar 10. Insight Lokasi dan Rentang Usia	47
Gambar 11. Insight Jenis kelamin dan Waktu paling aktif	48
Gambar 12. Tingkat Penjualan.....	49
Gambar 13. Grafik Keuntungan.....	50
Gambar 14. Pekerjaan Responden	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Tugas
- Lampiran 2. Surat Ijin Penelitian Awal
- Lampiran 3. Surat Balasan Toko
- Lampiran 4. Instrumen Wawancara (Interview)
- Lampiran 5. Instrumen Observasi (Pengamatan)
- Lampiran 6. Instrumen Dokumentasi
- Lampiran 7. Kartu Kegiatan Seminar
- Lampiran 8. Kartu Kegiatan Konsultasi
- Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan Seminar
- Lampiran 10. Kuesioner

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini yang semakin berkembang pesat, dapat menciptakan alat komunikasi yang mampu menjalankan berbagai aplikasi dan dapat digunakan untuk berbagai hal. Media komunikasi yang dulu disebut *handphone*, kini menjadi *smartphone*. Dimana *smartphone* saat ini memiliki kegunaan selain untuk komunikasi, *smartphone* dapat digunakan untuk menambah informasi pengguna melalui *browsing* internet dan dapat saling berbagi foto dan video dengan melalui sosial media yang bisa diinstal pada *smartphone*.

Secara umum aplikasi sosial media ada berbagai macam. Salah satunya Instagram, Instagram sendiri bisa digunakan untuk berbagi foto, video dan kegiatan tertentu ke publik. Dengan pengguna yang sangat banyak dan kemudahan dalam mengakses, Instagram sering digunakan untuk bisa memasarkan, mempromosikan, maupun menyampaikan informasi suatu produk kepada konsumen salah satunya pada toko SK Komputer.

Toko SK Komputer merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan dan servis komputer. Pada toko SK Komputer telah memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran produk yang dijual diantaranya printer, laptop, tinta print, dan lain sebagainya. Dengan menggunakan Instagram terdapat pilihan lain bagi konsumen untuk melihat

produk yang dijual selain datang langsung ke toko SK Komputer tapi bisa dilihat pada akun Instagram SK komputer.

Dari paragraf di atas penulis tertarik untuk menganalisa apakah dengan memanfaatkan sosial media Instagram dapat memberikan dampak pada pemasaran di toko SK Komputer dan penelitian tugas akhir ini berjudul “ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE PADA TOKO SK KOMPUTER”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian Latar Belakang Masalah di atas, dapat didefinisikan rumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimana menganalisis pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran online pada toko SK Komputer?”

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada, maka permasalahan dibatasi sebagai berikut :

1. Penelitian ini dibatasi hanya dilakukan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran online.
2. Penelitian dilakukan hanya pada toko SK Komputer.
3. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode analisis kualitatif.

D. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengambil kesimpulan pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran Online di toko SK Komputer.

2. Manfaat

a. Bagi SK Komputer

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak toko SK Komputer dalam mengavaluasi pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran online.

b. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis yaitu, menambah pengetahuan, pengalaman, serta ide-ide baru dalam analisis sistem

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat dipergunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

d. Bagi STMIK Palangkaraya

Adapun manfaat bagi STMIK Palangkaraya adalah untuk menambah koleksi karya ilmiah pada perpustakaan STMIK Palangkaraya dan juga untuk rujukan, perbandingan atau literatur bagi penulis selanjutnya.

E. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pada penelitian kualitatif, semakin mendalam, teliti dan terduga suatu data yang didapatkan maka bisa diartikan pula bahwa semakin baik kualitas penelitian tersebut. Maka dari segi besarnya responden atau objek penelitian, metode penelitian kualitatif memiliki objek yang lebih sedikit dibandingkan dengan penelitian kuantitatif, sebab lebih mengedepankan kedalaman data, bukan kuantitas data.

Langkah-langkah Penelitian Kualitatif :

1. Merumuskan masalah sebagai fokus penelitian.
2. Mengumpulkan data di lapangan.
3. Menganalisis data.
4. Merumuskan hasil studi.
5. Menyusun rekomendasi untuk pembuatan keputusan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : Memuat tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, jenis penelitian, sistematika penulisan dan penjelasan istilah kunci.

BAB II : Menguraikan teori-teori dan pemahaman-pemahaman dimana hal tersebut menjadi landasan dan dasar penelitian bagi peneliti.

BAB III : Menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian atau gambaran umum produk serta data yang dipergunakan untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi berkaitan dengan kegiatan penelitian.

BAB IV : Menjelaskan sistem yang diimplementasikan, serta hasil penelitian dan pembahasan secara detail yang ada di bab sebelumnya.

BAB V : Berisi tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa dan optimalisasi sistem berdasarkan yang telah diuraikan bab-bab sebelumnya.

G. Penjelasan Istilah Kunci

Adapun dalam penulisan penelitian ini terdapat beberapa istilah-istilah untuk memahami judul yang diangkat penulis berikut penjelasan istilah-istilah tersebut :

1. Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya.
2. Pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti faedah, yang mendapat imbuhan pe-an yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan.

3. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman Facebook kita mengikuti akun Instagram kita.
4. Media Pemasaran adalah sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan pemasaran dan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat. Ada empat macam media pemasaran yaitu Media Pemasaran Konvensional, penerbitan, *Speaking* dan sosial media.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Dasar Teori

Pada bagian ini penulis akan menguraikan tentang dasar-dasar teori, yang berkaitan dengan penggunaan sosial media Instagram sebagai pemasaran suatu produk barang atau jasa. Dan perangkat lunak yang digunakan.

Adapun penjelasan terkait teori-teori yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Teori yang Berkaitan dengan Topik Penelitian

a. Analisis

Analisis adalah kegiatan yang meliputi beberapa aktivitas. Aktivitas-aktivitas tersebut berupa membedakan, mengurai, dan memilih untuk dapat dimasukkan ke dalam kelompok tertentu atau dikategorikan dengan tujuan-tujuan tertentu. Hingga akhirnya harus mencari kaitan antara hal-hal tersebut dan menerjemahkan arti tersebut.

Menurut Sugiyono (2015: 335), analisis adalah sebuah kegiatan untuk mencari suatu pola selain itu analisis merupakan cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian dan hubungannya dengan keseluruhan.

Jadi bisa ditarik kesimpulan kalau analisis ialah penguraian suatu pokok secara sistematis dalam memastikan bagian, ikatan antar bagian dan hubungannya secara merata buat mendapatkan penafsiran serta uraian yang pas.

b. Pemanfaatan

Menurut Miarso dalam Nadhirah (2020:24), pemanfaatan adalah suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah, proses yang berjalan dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu dimana produk yang tidak terpisah dari produk yang sudah ada.

Pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat. Pemanfaatan memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga pemanfaatan dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan.

c. Instagram

Menurut Untari dan Fajariana (2018:274), Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera Polaroid yang dulu lebih dikenal dengan foto instan. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan

informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “insta-telegram”.

Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Instagram yang berbasis IOS, Android, dan *Windows Phone*. Adapun sistem pertemanan di instagram adalah menggunakan system *follow* dan *followers*. *Follow* artinya “ikut” yakni akun yang diikuti oleh pengguna instagram, dan *followers* artinya “yang mengikuti” yakni akun instagram yang mengikuti akun pengguna instagram tersebut. Melalui instagram, pengguna dapat mengunggah foto dan video ke halaman utama, yang otomatis akan muncul pada halaman

utama para pengikutnya. Apabila postingan foto atau video yang diunggah menarik,

Maka para pengikut dapat menyukai postingan tersebut dengan meng”klik” ikon bergambar hati, yang terletak di pojok kiri bawah postingan tersebut.

Terdapat beberapa fitur yang ada pada instagram antara lain:

1) Unggah foto dan video

Filter untuk foto dan video memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto maupun video yang kemudian akan muncul ke halaman utama pengikut/*followers*. Pada fitur unggah foto dan video pengguna instagram dapat memilih foto atau video yang akan di upload dari galeri atau album yang terdapat pada smartphone, atau dapat langsung menggunakan camera yang tersedia pada fitur tersebut. Gambar ataupun video yang diupload kemudian bisa diedit dengan menggunakan efek yang telah tersedia pada fitur tersebut untuk mempercantik tampilan foto. Pengguna juga dapat mengunggah foto atau video dalam jumlah yang banyak dalam sekali upload dengan jumlah maksimal 10 foto atau video.

2) Fitur Instagram *Insight*

Fitur Instagram terbaru ini akan membantu pengguna instagram bisnis untuk melihat siapa saja yang melihat profil bisnisnya. Informasi seperti usia, demografi, serta minat konsumen

akan terlihat di fitur Instagram terbaru ini. Misalnya, rata-rata usia pengguna yang datang ke profil bisnis adalah 18-30 tahun, yang tinggal di sekitar Jabodetabek. Insight ini sangat bermanfaat untuk menentukan langkah marketing apa yang harus dilakukan selanjutnya. Rentang usia juga bisa dijadikan patokan untuk melihat perkembangan trend.

3) Fitur Instagram *Stories*

Di Indonesia, fitur Instagram terbaru ini memang menjadi fitur favorit untuk promosi. Menurut Instagram, ada 400 juta Instagram *Stories* yang diunggah. Indonesia pun disebut sebagai Instagram *Stories Creator* terbesar di dunia. Pelaku usaha biasanya akan membuat konten *stories* semenarik mungkin dan memanfaatkan data yang masuk dalam Instagram *Insight*. Instagram *Stories* juga memungkinkan pengguna membangun percakapan kepada pelanggan dengan memanfaatkan fitur interaktif seperti *Poll Sticker* atau *Ask Me Questions*.

4) Fitur Siaran Langsung (*Live*)

Fitur Instagram terbaru yang menarik perhatian calon pembeli adalah Instagram *Live*. Instagram beranggapan bahwa bisnis yang melakukan *Live* mendapat like lebih banyak daripada mereka yang tidak *Live*. Konten yang ditampilkan bisa beragam.

Pelanggan biasanya tertarik dengan cerita di balik layar, seperti cerita pembuatan makanan atau kerajinan tangan.

5) *Caption*

Caption adalah tulisan atau keterangan yang berkaitan dengan foto atau video yang di unggah. Jika pengguna menulis keterangan foto yang menarik, pengguna akan dapat menarik minat *followers* untuk membaca keseluruhan isi keterangan atau *caption* tersebut.

6) Komentar

Fitur komentar terletak di bawah foto atau video, tepatnya bagian tengah. Fungsinya adalah tentu saja untuk mengomentari postingan atau unggahan foto atau video yang dirasa menarik. Pengguna juga dapat menggunakan fitur *aerobba* atau tanda @ dan memasukkan nama pengguna yang dimaksud dalam komentar tersebut, agar komentar tersebut dapat dibaca oleh pengguna tersebut.

7) *Hashtags*

Hashtags adalah tanda pagar pada instagram memudahkan pengguna untuk mengelompokkan foto atau video yang diunggah agar pengguna yang lain dapat dengan mudah menemukan foto atau video sesuai dengan tema atau gambar yang diinginkan.

8) *Like*

Suatu fitur instagram yang bertujuan untuk memberi *like* atau tanda suka apabila *followers* tertarik dengan unggahan foto atau video pengguna dengan menekan emoticon berbentuk *love* yang berada di kanan bawah foto atau video. Selain itu, juga bisa men-tap dua kali pada foto atau video yang di unggah pengguna

9) Direct Message (*DM*)

Fitur *Direct Message* merupakan suatu fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan, foto, atau video kepada satu orang ataupun beberapa orang.

10) *Geotagging* (Tag Lokasi)

Geotagging adalah memasukkan lokasi foto yang diunggah ke halaman utama. Sehingga *followers* dapat mengetahui lokasi dimana foto tersebut diambil.

11) *Explore*

Explore adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk melihat foto dan video dari akun populer, atau unggahan dari akun yang diikuti atau disukai oleh orang yang diikuti pengguna tersebut.

12) *Face Filter*

Face Filter merupakan salah satu fitur terbaru instagram yang diadopsi dari fitur yang sudah lama ada di *Snapchat*. Fitur ini memberikan efek lucu saat kamera menghadap ke wajah seseorang.

13) Simpan atau *Bookmark*

Instagram memang tidak menyediakan fitur untuk *download* gambar/video untuk digunakan ditempat lain. Namun, apabila pengguna menyukai postingan tertentu dan ingin melihat lagi di lain waktu, fitur *Bookmark* bisa digunakan khusus untuk hal tersebut. Sama seperti fitur yang terdapat di *Pinterest* yakni *Pin-it*, anda juga bisa membuat koleksi berupa foto dengan tema tertentu yang sudah di *bookmark* di akun instagram.

14) *Story archive* dan *Story Highligh*

Instagram sebelumnya telah memperkenalkan fitur *Archive* di mana postingan yang sudah sempat diupload bisa disimpan ke dalam sebuah arsip pribadi. Dengan fitur tersebut anda bisa secara non-permanen menghapus foto/video yang sudah sempat di *upload* dengan cara memasukkannya ke dalam arsip pribadi dan bisa sewaktu waktu mengembalikannya lagi seperti semula. Instagram *story* pun kini dilengkapi dengan fitur serupa lewat fitur *story archive*. Sementara itu untuk *story highlights* pengguna bisa mengelompokkan *story* yang sudah pernah di *upload* ke

dalam satu *space* baru pada profil. Pengguna bisa menempatkan *story highlights* sebanyak yang pengguna mau dari arsip dan *story* tersebut akan tampil secara *horizontal* tepat di atas foto-foto instagram.

15) IGTV

Merupakan salah satu fitur yang sebenarnya tidak jauh beda dengan IG *story* namun bedanya dikemas dengan sangat struktural bahkan pengguna bisa mengupload video hingga satu jam. IG TV memungkinkan pengguna untuk mengupload video dengan durasi yang sangat panjang sehingga fitur ini sangat bermanfaat bagi pengguna yang ingin membagikan video dengan durasi lebih dari satu menit.

d. Pemasaran

Menurut Daryanto dalam Allfauziah (2018:14), Pemasaran adalah Suatu proses social dan menejerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Sebagai disiplin ilmu, bidang kajian riset, dan salah satu praktik bisnis, pemasaran mengalami perkembangan dramatis dalam beberapa dekade terakhir. Dalam hal lingkup, misalnya cakupan pemasaran yang awal mulanya hanya terbatas pada aspek distribusi produk, dan relasi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Pemasaran pada dasarnya mencakup segala kegiatan tersebut, namun demikian pemasran ternyata lebih dari sekedar

kegiatan-kegiatan tersebut. Berbagai kegiatan seperti pembujukan, promosi, publikasi semua adalah kegiatan pemasaran. Namun begitu, pemasaran bukanlah semata-mata kegiatan seperti menjual dan mempromosikan sesuatu. Pemasaran adalah suatu konsep yang menyangkut suatu sikap mental, suatu cara berpikir yang membimbing seseorang melakukan sesuatu yang tidak selalu menjual benda tetapi juga menjual gagasan.

1) Konsep Pemasaran

Dalam Kegiatan komunikasi pemasaran memerlukan adanya suatu konsep pemasaran. Menurut Kotler, ada 4 fungsi konsep pemasaran yang dikenal dengan 4P antara lain *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Beberapa penjabaran tentang konsep 4P antara lain:

a) *Product*

Product merupakan suatu benda maupun jasa yang ditawarkan ke pasar untuk dilihat, disentuh, dipegang, diperoleh, dibawa dan digunakan serta dikonsumsi untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan suatu individu maupun kelompok. Produk juga terdiri dari berbagai macam, kualitas, desain, fitur, nama merek, pengemasan, ukuran, serta layanan.

b) *Price*

Price merupakan penetapan nominal uang yang harus dibayar oleh konsumen ketika ingin membeli suatu produk atau untuk melakukan pertukaran hak milik produk tersebut. Harga meliputi harga terakhir, diskon, atau potongan harga, tunjangan, periode pembayaran, persyaratan kredit, dan juga harga eceran.

c) *Place*

Place secara umum dipahami sebagai sebuah lokasi, ruang, atau tempat yang berguna dan menguntungkan perusahaan untuk memberikan kemudahan konsumen dalam menjangkau untuk memperoleh produk, sehingga tempat atau lokasi haruslah strategis untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia di pasaran. Tempat juga meliputi unsure saluran *assortment*, lokasi, investasi dan transportasi.

d) *Promosi*

Promosi merupakan bagian dari komunikasi pemasaran. Promosi sangat mempengaruhi aktivitas penjualan, karena promosi dapat mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk barang atau jasa. Promosi yang dikemas secara apik dan menarik, dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli.

Menurut Suherman dalam Afiffatus Sholihah (2018:17), Promosi adalah proses komunikasi yang berisi penyampaian data dan informasi, manfaat serta keunggulan suatu produk kepada khalayak atau masyarakat luas oleh petugas promosi dengan tujuan untuk menarik perhatian sasaran promosi agar menjadi konsumen produk yang dipromosikan.

Kasali dkk dalam Afiffatus Sholihah (2018:17) menerangkan bahwasannya promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen membeli.

Promosi memberi informasi dalam artian ialah produsen atau penjual dapat menginformasikan produknya kepada calon konsumen, agar calon konsumen menjadi kenal atau mengerti akan suatu produk yang ditawarkan, bisa dengan menjelaskan manfaat atau kegunaan dari produk tersebut, spesifikasinya, sampai dengan menginformasikan harganya.

Promosi menarik perhatian, hal ini sangat penting dilakukan, mengingat sesuatu yang menarik dari suatu produk adalah hal yang harus di angkat an ditonjolkan dalam promosi itu. Meski setiap produk pasti ada kelebihan dan kekurangannya, orang akan lebih tertarik jika di tawarkan kelebihan dari pada kekurangannya.

e. Penelitian Kualitatif

Menurut Rukin (2019:6), Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penonjolan proses penelitian kualitatif dan

pemamfaatan landsan teori dilakukan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.

Menurut Anggito dan Setiawan. (2018:8) Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data suatu latar ilmiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Langkah-langkah Peneltian Kualitatif :

- 1). Menentukan permasalahan
- 2). Melakukan studi literatur
- 3). Penetapan lokasi
- 4). Studi pendahuluan
- 5). Penetapan metode pengumpulan data; observasi, wawancara, dokumen, diskusi terarah
- 6). Analisa data selama penelitian
- 7). Analisa data setelah; validasi dan reliabilitas
- 8). Hasil; cerita, personal, deskripsi tebal, naratif, dapat dibantu table frekuensi.

f. *StarUML*

Menurut Habibi, dkk (2020:17), *StarUML* adalah *software* permodelan yang mendukung UML (*Unified Modeling Language*). Berdasarkan pada uml *version* 1.4 dan dilengkapi 11 macam diagram yang berbeda, mendukung notasi UML 2.0 dan juga mendukung pendekatan MDA (*Model Driven Architecture*) dengan

dukungan konsep UML. *StarUML* dapat memaksimalkan Produktivitas dan kualitas dari suatu *software project*.

StarUML adalah sebuah proyek *open source* untuk pengembangan secara cepat, *fleksibel, extensible, featureful*, dan bebas-tersedia. Tujuan dari proyek *StarUML* adalah untuk membangun sebuah alat pemodelan perangkat lunak dan juga *platform* yang menarik pengganti alat UML komersial seperti *Rational Rose, Together* dan sebagainya.



Gambar 1. Logo StarUML

g. Skala *Guttman*

Menurut Ramdhan (2021:67), Skala *Guttman* adalah skala kumulatif disebut juga sebagai skala scalogram yang sangat baik untuk meyakinkan peneliti tentang kesatuan dimensi dan sika atau sifat yang diteliti, yang sering disebut atribut universal. Skala pengukuran dengan tipe ini akan didapat jawaban yang tegas, yaitu “ya atau tidak”, “ benar atau salah”, “pernah atau tidak pernah”, “Positif atau negatif”, “Setuju atau tidak setuju”, dan lain-lain.

Skala *Guttman* selain dapat dibuat dalam bentuk pilihan ganda juga dapat dibuat dalam bentuk *checklist*. Jawaban dapat dibuat skor tertinggi satu dan terendah nol. Misal untuk jawaban setuju diberi skor 1 dan tidak setuju diberi skor 0.

h. Analisis PIECES

Menurut Hanif Al Fattah dalam Romindo, dkk (2020:108), analisis PIECES merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi, dengan melakukan analisis masalah terhadap kinerja system informasi, ekonomi, keamanan aplikasi, efisiensi dan pelayanan pelanggan.

Analisis *PIECES* ini sangat penting untuk dilakukan sebelum mengembangkan sebuah sistem informasi karena dalam analisis ini biasanya akan ditemukan beberapa masalah utama maupun masalah yang bersifat gejala dari masalah utama. Metode ini menggunakan enam variable evaluasi yaitu :

1) *Performance* (kinerja)

Kinerja merupakan variable pertama dalam metode analisis *PIECES*. Dimana memiliki peran penting untuk menilai apakah proses atau prosedur yang ada masih mungkin ditingkatkan kinerjanya dan melihat sejauh mana dan seberapa handalkah suatu sistem informasi dalam berproses untuk menghasilkan tujuan yang diinginkan.

2) *Information* (informasi)

Menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat diperbaiki sehingga kualitas informasi yang dihasilkan menjadi

semakin baik. Informasi yang disajikan haruslah benar-benar mempunyai nilai yang berguna.

3) *Economic* (ekonomi)

Menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat ditingkatkan manfaatnya (nilai gunanya) atau diturunkan biaya penyelenggaraannya.

4) *Control* (pengendalian)

Menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat ditingkatkan sehingga kualitas pengendalian menjadi semakin baik, dan kemampuannya untuk mendeteksi kesalahan/kecurangan menjadi semakin baik pula.

5) *Efficiency* (efisiensi)

Menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat diperbaiki, sehingga tercapai peningkatan efisiensi operasi, dan harus lebih unggul dari pada sistem manual.

6) *Service* (layanan)

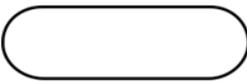
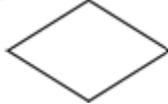
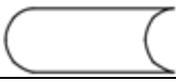
Menilai apakah prosedur yang ada saat ini masih dapat diperbaiki kemampuannya untuk mencapai peningkatan kualitas layanan. Buatlah kualitas layanan yang sangat *user friendly* untuk *end – user* (pengguna) sehingga pengguna mendapatkan kualitas layanan yang baik.

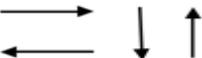
2. Pemodelan Yang Digunakan

a. *Flowchart*

Menurut Rifka (2017:168), *Flowchart* atau diagram alir adalah sebuah diagram dengan simbol-simbol grafis. Simbol-simbol grafis yang tertuang dalam diagram tersebut menyatakan aliran algoritma atau proses yang menampilkan langkah-langkah yang disimbolkan dalam bentuk kotak beserta urutannya. Tanda panah merupakan penghubung masing-masing langkah tersebut. *Flowchart* juga dapat diartikan sebagai sebuah bagan yang mempunyai arus.

Tabel 1. Flowchart

Simbol	Keterangan
	Simbol <i>start</i> atau <i>end</i> yang mendefinisikan awal atau akhir dari sebuah <i>flowchart</i> .
	Simbol pemrosesan yang terjadi pada sebuah alur kerja.
	Simbol yang menyatakan bagian dari program (sub program).
	Simbol <i>input/output</i> yang mendefinisikan masukan dan keluaran proses.
	Menyatakan penyambung ke simbol lain dalam satu halaman
	Menyatakan pencetakan (dokumen) pada kertas.
	Menyatakan <i>decision</i> (keputusan) yang digunakan untuk penyeleksian kondisi di dalam program.
	Menyatakan media penyimpanan drum <i>magnetic</i> .
	Menyatakan <i>input/output</i> menggunakan disket.
Simbol	Keterangan

	Menyatakan operasi yang dilakukan secara manual.
	Menyatakan <i>input/output</i> dari kartu plong.
	Menyatakan arah aliran pekerjaan (proses).

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan merupakan kajian yang berisi uraian sistematis tentang informasi hasil penelitian orang lain yang disajikan dalam bentuk pustaka yang dikaitkan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti dengan memaparkan ringkasan hasil penelitian yang relevan yang mendukung judul, dengan fakta-fakta yang dikemukakan sejauh mungkin yang tetap mengacu pada sumber aslinya. Dalam hal ini telah diperoleh beberapa contoh penelitian-penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai bahan acuan pendukung judul serta fakta-fakta terkait dalam pembahasan penelitian ini yang telah berhasil dihimpun oleh penulis, yang dapat dilihat pada tabel

Tabel 2 Penelitian Yang Relevan

No	Penulis/Tahun	Topik Penelitian	Hasil	Perbedaan
1	Rika Kharlina Ekawati/ 2020	Analisis Pemanfaatan Akun Bisnis Instagram dalam Peningkatan Penjualan pada Gerai XYZ.Co	Pemanfaatan akun bisnis Instagram ini dirasakan sekali dampaknya terhadap transaksi penjualan di Gerai XYZ.Co dari awal pengaktifan akun bisnis sampai ke bulan April 2020 dimana penjualannya semakin meningkat.	Perbedaannya terdapat pada penelitian yang dilakukan penulis hanya menganalisa pemanfaatan instagram bukan untuk meningkatkan penjualan.
2	Yulianti/2019	Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung)	Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Miandsha shop pada Instagram juga telah sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam.	Penelitian yang dilakukan penulis tidak berfokus pada prinsip-prinsip ekonomi Islam tapi berfokus pada pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran online secara umum.

3	Yohana Asmaradewi/2019	Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro	Pada penelitian ini instagram digunakan sebagai media promosi dengan mengunggah produk dengan menarik.	Pada penelitian Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro tidak ada metode wawancara elisitasi.
4	Imam Agus Faisa, Yuli Rohmiyati/2019	Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah	Dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana perpustakaan memanfaatkan Instagram untuk kegiatan promosi perpustakaan.	Pada penelitian Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah tidak ada metode wawancara elisitasi.
5	Amalia Mufiddah/2019	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Owner Online Shop By_Kk)	Dalam penelitian ini Pemasaran melalui media instagram yang digunakan online shop By_kk efektif, karena pesan dapat disampaikan langsung	Pada penelitian yang dilakukan penulis tidak berfokus pada komunikasi tapi lebih berfokus pada pemanfaatan media sosial

			melalui unggahan foto produk kepada konsumen dengan menggunakan tiga fitur yaitu unggahan foto/video, <i>instastory</i> , <i>highlights</i> .	instagram sebagai media pemasaran.
6	Aditya Wahana/2018	Analisis Pemanfaatan Instagram sebagai media Pemasaran Bagi UMKM	Penelitian ini instagram digunakan sebagai media promosi serta meningkatkan produktivitas penjualan yang di pasarkan dalam media ini	Perbedaannya terdapat pada penelitian yang dilakukan penulis hanya menganalisa pemanfaatan instagram bukan untuk meningkatkan penjualan.
7	Afiffatus Sholihah/2018	Analisis penggunaan Instagram sebagai media promosi produk Teh Tahiland Pikameame di Yogyakarta	Pada penelitian ini instagram digunakan sebagai media promosi dengan mengunggah produk dengan menarik untuk dikenalkan kepada peminat Teh	Pada penelitian Peran Instagram Sebagai Media Promosi produk teh tidak ada metode wawancara elisitasi, dan berbeda dengan analisis yang penulis buat.
8	Yeti Aslinda/2020	Analisis Pemanfaatan Media Promosi <i>Facebook</i> Untuk Meningkatkan	Pada analisis ini, toko Online Busana Syarimu.id memanfaatkan media facebook untuk meningkatkan pemasaran	Perbedaannya terdapat pada penelitian yang dilakukan penulis hanya menganalisa pemanfaatan media sosial instagram

		<i>Brand Awareness</i> Dan Penjualan Pada Toko Online Busana Syarimu.Id	dan penjualannya karna dianggap lebih banyak konsumen dan hasil pemasaran cukup efektif.	bukan untuk meningkatkan penjualan.
9	Rini Wahyu Ningsih/2020	Efektivitas Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Di Perpustakaan Uin Sunan Ampel Surabaya	Dalam penelitian ini mengkaji tentang efektivitas Pemanfaatan <i>Facebook</i> sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya untuk menarik minat dan memberi sumber informasi bagi pembaca.	Pada penelitian Analisis yang penulis lakukan lebih merinci bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran bagi toko SK Komputer
10	Ratna Hendra Alfianita,/2017	Manajemen pemasaran online Desa wisata di Yogyakarta menggunakan media sosial untuk promosi wisata Gabungan/Gawiga	Penelitian ini membahas bagaimana manajemen pemasaran yang dilakukan untuk mempromosikan dan meningkat kunjungan wisatawan pada Desa Wisata Gabungan melalui media sosial	Fokus kajian dalam penelitian ini menggunakan 3 media sosial yaitu Facebook, Twiter, dan Instagram. Sedangkan, fokus kajian peneliti hanya menggunakan media Intagram saja.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah proses pengumpulan data dari objek penelitian, maka digunakan metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian yakni pada Toko SK Komputer untuk mengetahui permasalahan yang terdapat disana, seperti apa dan bagaimana sistem yang diterapkan pada saat ini.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara berkomunikasi atau tanya jawab langsung dengan narasumber, yaitu pemilik toko dan admin Instagram. Untuk pengumpulan data, penulis bertanya secara langsung tentang toko SK Komputer.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi bertujuan memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi laporan kegiatan, foto – foto, serta data yang berkaitan dengan penelitian.

4. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan mencari informasi yang berkaitan dengan pokok pembahasan pada penelitian ini diambil dari buku – buku yang ada di perpustakaan sebagai bahan referensi. Penulis melakukan kegiatan studi pustaka yaitu dengan membaca, menganalisa, menyimpulkan dan mengutip bacaan-bacaan baik dari media buku maupun internet yang berhubungan dengan aspek yang diteliti.

5. Metode Kuesioner

Metode kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab yaitu pengikut Instagram Toko SK Komputer.

B. Tinjauan Umum

Penelitian ini dilakukan penulis pada toko SK Komputer adalah sebuah toko yang bergerak di sektor perdagangan khususnya dalam bidang penjualan komputer dan aksesoris pendukungnya. Toko Komputer ini berada di jalan Yos Sudarso Samping Lampu Merah Galaxi, No.133, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah.

Toko SK Komputer didirikan pada tanggal 10 april 2017 yang terinspirasi dari ide teman dan dukungan dari keluarga. Nama SK Komputer berasal dari singkatan pemilik toko yaitu Eska. Dari tahun ke tahun Toko SK komputer semakin meningkat, hingga saat ini Toko SK

Komputer memiliki total 8 Karyawan. SK komputer juga telah menerapkan pemasaran melalui sosial media yaitu Instagram.

C. Analisis

Analisis sistem merupakan tahap kritis dan penting karena kesalahan ditahap ini menyebabkan kesalahan lain pada tahap selanjutnya. Analisa sistem dapat didefinisikan sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh kedalam bagian komponen-komponennya, dengan maksud mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, hambatan-hambatan, yang terjadi dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan pengembangan.

1. Analisis Sistem yang Sedang Berjalan

Toko SK komputer saat ini menerapkan dua metode pemasaran yaitu secara offline dan online. Secara offline, pelanggan datang langsung ke toko untuk membeli barang yang dijual pada toko SK komputer, memperbaiki atau hanya sekedar menanyakan tentang produk. Secara online pemasaran dilakukan dengan media sosial Instagram dengan cara mengunggah foto tentang produk atau jasa perbaikan komputer yang terdapat pada toko SK komputer. Setelah menganalisis sistem yang sedang berjalan penulis membuat analisis konten yang di akun Instagram @skcomputer yang ada pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. isi konten Instagram

No	Isi Konten	Uraian
1	Foto product	<p>Deskripsi : Foto produk adalah foto yang menampilkan atau menonjolkan objek dari produk itu sendiri.</p> <p>Fungsi : Memberikan Informasi sekilas tentang produk yang dijual dan dipasarkan pada akun Instagram @skcomputer_ toko sk computer.</p>
2	Video iklan product	<p>Deskripsi : Vidio iklan produk adalah informasi yang memberikan pesan yang menarik tentang sebuah produk yang ditawarkan.</p> <p>Fungsi : Memberikan Informasi berupa pesan keunggulan produk dan spesifikasinya yang dijual dan dipasarkan pada akun Instagram @skcomputer_ toko sk computer.</p>

2. Analisis Kelemahan Sistem yang Berjalan

Untuk menganalisa kelemahan sistem kinerja yang berjalan, metode analisa yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode PIECES. Berikut adalah hasil analisis tersebut:

Tabel 4 Analisis PIECES

Analisis	Kelemahan
<i>Performance</i> (Kinerja)	Toko SK Komputer dalam hal pemasaran terdapat dua cara yaitu secara langsung pada toko dan memanfaatkan media sosial Instagram dengan mengunggah produk yang dijual pada akun Instagram toko Komputer. Namun untuk melakukan transaksi pelanggan harus datang ke toko.
<i>Information</i> (Informasi)	Informasi kurang akurat contohnya harga barang dapat berubah sewaktu – waktu tanpa konsumen ketahui sebelumnya. Konsumen tidak mengetahui adanya produk terbaru karena terlambat mendapatkan informasi tersebut. Sehingga barang tersebut sudah terjual kepada pembeli yang lain.
<i>Economic</i> (Ekonomi)	Pengeluaran yang dilakukan oleh toko SK komputer adalah membayar tagihan internet setiap bulan agar pemasaran menggunakan Instagram pada toko SK komputer dapat dilakukan dan admin bisa terus online jika terdapat pertanyaan dari pelanggan pada kolom komentar hingga <i>direct message</i> .
<i>Control</i> (Pengendalian)	Dari sisi keamanan pada akun Instagram toko SK komputer hanya memanfaatkan fitur keamanan yang sudah disediakan oleh Instagram.
<i>Efficiency</i> (Efisiensi)	Dengan melakukan pemasaran secara online pelanggan tidak harus datang ke toko hanya sekedar menanyakan ketersediaan produk atau menanyakan seputar produk yang dijual pada toko SK komputer.
<i>Service</i> (Pelayanan)	Toko SK komputer melayani pertanyaan pelanggan seputar produk hingga ketersediaan

	produk yang dijual melalui kolom komentar atau <i>direct message</i> . Akun Instagram toko SK komputer dikelola oleh admin.
--	---

Berdasarkan analisis PIECES diatas, kelemahan sistem yang berjalan adalah Pemasaran online sangat bergantung pada teknologi sehingga sangat rentan terhadap kesalahan teknis. Untuk itu sebagai pengguna teknologi yang makin maju, tidak bisa percaya begitu saja, harus tetap teliti untuk meminimalisir kesalahan yang besar dan masih banyak pelanggan toko SK komputer tidak mengetahui bahwa toko SK Komputer telah memanfaatkan sosial media Instagram sebagai media pemasaran.

3. Analisis Kebutuhan Sistem

a) Kebutuhan Informasi

Adapun kebutuhan informasi yang akan didapat dengan melakukan wawancara, pengamatan, dan pencatatan langsung dengan sumber data atau pihak toko SK Komputer Palangkaraya adalah sebagai berikut :

- 1) Kebutuhan informasi toko SK Komputer.
- 2) Kebutuhan informasi pengaruh media instagram sebagai sarana pemasaran.
- 3) Kebutuhan informasi hasil pemanfaatan media Instagram sebagai media pemasaran bagi toko SK Komputer.

b) Kebutuhan Perangkat Keras

Kebutuhan perangkat keras yang digunakan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran di toko SK

Komputer :

1) Jenis Perangkat : Smartphone

2) Sistem Operasi : Android

3) RAM : 2 GB

4) Memori Internal : 8 GB

c) Kebutuhan Perangkat Lunak (*Software*)

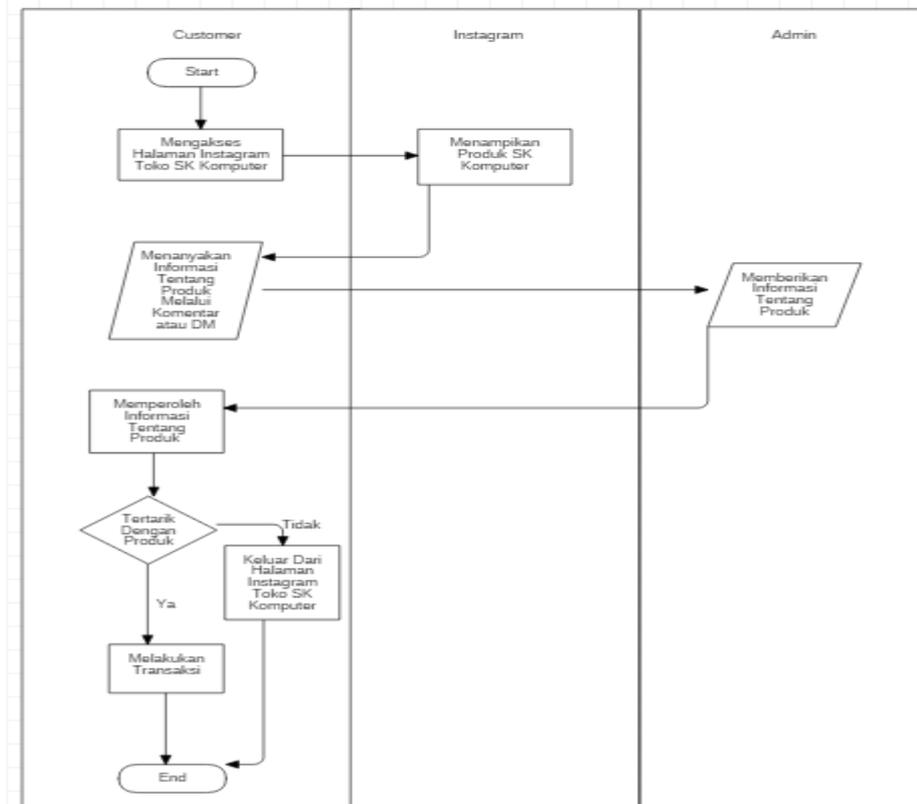
Kebutuhan perangkat lunak yang digunakan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran di toko SK

Komputer adalah aplikasi Instagram.

d) Pengguna Sistem (*User*)

Berdasarkan analisis dari kebutuhan pengguna, Analisis pemanfaatan media Instagram diarahkan kepada admin dari akun instagram SK Komputer untuk melakukan pemasaran dan promosi tentang toko, serta untuk meningkatkan konsumen agar toko SK komputer lebih bisa dikenal lagi sebagai wadah penyedia berbagai barang perangkat komputer, layanan service, dan lainnya.

D. Alur Sistem Sedang Berjalan



Gambar 2. Flowchart Pemasaran Online

Pertama *customer* dengan mengakses halaman Instagram toko SK Komputer kemudian instagram merespon dengan menampilkan produk SK Komputer. *customer* melihat, kemudian *customer* menanyakan informasi tentang produk melalui komentar ataupun via DM kepada admin, admin merespon dengan membalas pertanyaan kemudian *customer*, memperoleh informasi yang detail dari admin, jika *customer* tertarik dengan produk maka *customer* dapat langsung ke proses transaksi dan jika *customer* tidak tertarik maka langsung keluar dari instagram toko SK Komputer.

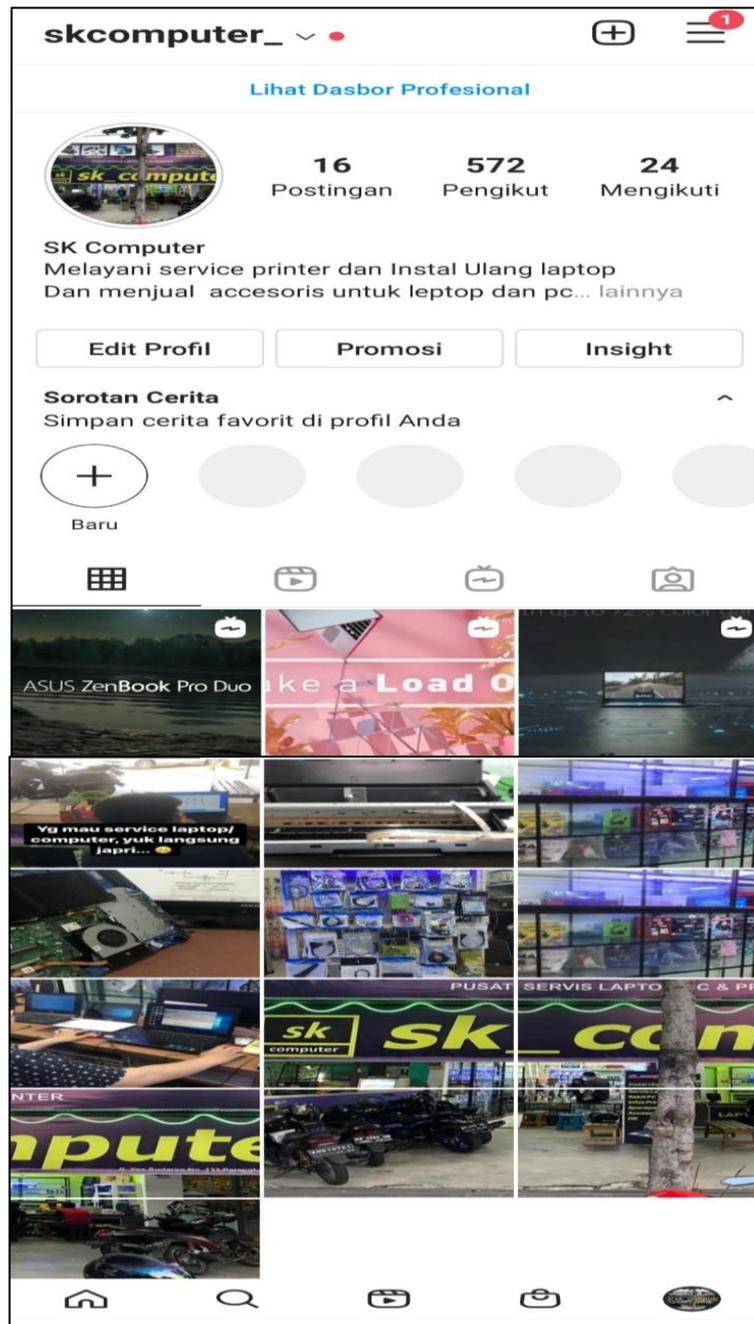
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan sosial media dalam hal ini yaitu Instagram maka memungkinkan pengguna media untuk meninjau potensi pasar toko SK Komputer yang sangat bagus sebagai media pemasaran produknya, seiring semakin berkembangnya pemakaian Internet. Dalam hal ini toko SK Komputer telah memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran.

Dalam melakukan analisis terhadap akun Instagram toko SK Komputer hasil yang dicapai oleh penulis adalah akun Instagram tersebut menampilkan foto dan video produk yang terdapat pada toko SK Komputer. Akun Instagram tersebut dijadikan media pemasaran dan interaksi dengan pelanggan melalui pesan. Terdapat berbagai fitur Instagram yang digunakan oleh toko SK Komputer yaitu Fitur berbagi foto dan video, instastory serta *fitur insight*.



Gambar 3. Profil Instagram SK Komputer

Dari hasil penelitian yang dilakukan, toko SK Komputer membuat akun Instagram sekitar bulan Februari 2021. Pengikut Instagram SK Komputer berkembang pesat hingga bulan september 2021 berjumlah

500 lebih pengikut. Dengan memanfaatkan jumlah pengikut yang ada toko SK Komputer memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran online mereka seperti laptop, aksesoris lainnya hingga foto aktivitas toko SK Komputer saat melakukan perbaikan pada laptop dan printer.

1. Penggunaan Instagram

Dilihat dari profil akun Instagram, toko SK Komputer kurang aktif dalam membuat postingan tercatat dari awal pembuatan akun hanya terdapat 16 postingan yang terdiri dari foto dan video. Foto yang di unggah terlihat kurang menarik dengan hanya menampilkan foto toko saja dan beberapa produk sedangkan video terlihat menarik dengan menggunggah video iklan produk laptop hingga jasa servis. Jumlah *Like* atau tayangan pada unggahan akun Instagram toko SK Komputer mencapai puluhan hingga ratusan. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 4. Ungahan Produk Laptop Asus

Gambar diatas merupakan gambar promosi laptop dengan jumlah tayangan 58 dan *caption* yang dibuat hanya mencantumkan merk laptop yang dipasarkan.



Gambar 5. Ungahan Produk Laptop Lenovo

Gambar diatas merupakan gambar promosi laptop dengan jumlah tayangan 22 dan *caption* yang dibuat hanya mencantumkan merk laptop yang dipasarkan.

3 September



skcomputer_



Gambar 6. Ungahan Produk Laptop Vivobook

Gambar diatas merupakan gambar promosi laptop dengan jumlah tayangan 22 dan *caption* yang dibuat hanya mencantumkan merk laptop yang dipasarkan.



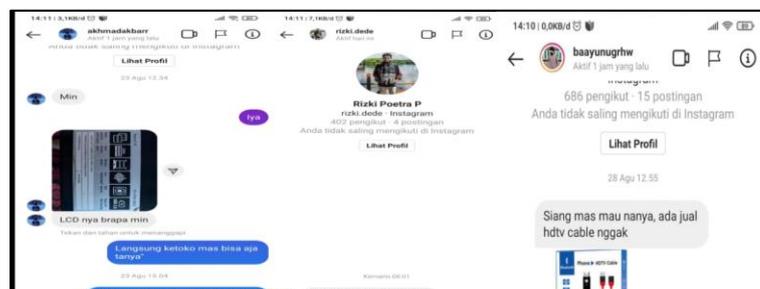
Gambar 7. Ungahan Service laptop

Gambar diatas merupakan gambar promosi untuk *service* laptop dengan jumlah tayangan 116 dan *caption* yang tidak dicantumkan *caption*.



Gambar 8. Arsip Cerita Instagram SK Koomputer

Dilihat dari Gambar 8 *Instastory* yang diunggah pada akun Instagram SK Komputer berasal *feed* Instagram tersebut. Toko SK Komputer kurang aktif dalam membuat *instastory* karena 7 bulan hanya terdapat 5 *instastory* itupun hanya pada bulan Juli, Agustus dan september.

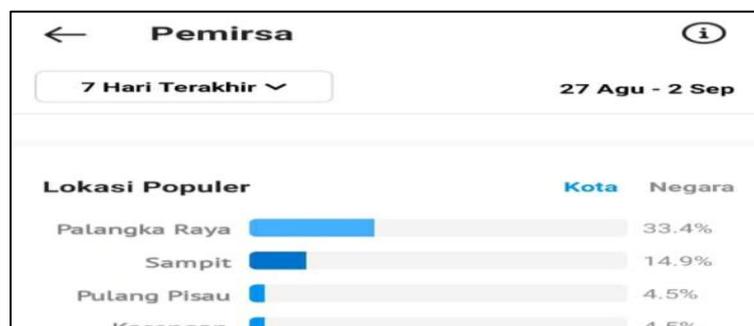


Gambar 9. Direct Message SK Komputer

Gambar 9 merupakan pesan yang dikirim oleh pengikut Instagram SK Komputer melalui fitur *Direct Message* (DM). Pesan tersebut berisi tentang menanyakan ketersediaan produk hingga konsultasi. Setiap pesan yang dikirim selalu dibalas oleh admin Instagram SK Komputer.

2. Fitur *Insight*

Salah satu fitur Instagram yaitu *Insight*. *Insight* di akun Instagram SK Komputer dibutuhkan untuk mengetahui informasi tentang pengikut dari akun Instagram toko SK komputer. *Insight* berisi konten, aktivitas serta pemirsa yang melihat postingan postingannya dari Instagram toko SK Komputer yang dapat dipantau dari fitur tersebut.



Gambar 10. Insight Lokasi dan Rentang Usia

Gambar diatas menampilkan informasi tentang pemirsa atau pengikut dari akun Instagram SK Komputer yang berupa grafik Lokasi dari pengikut dan rentang usianya. Terlihat dalam fitur ini yaitu paling banyak berasal dari kota Palangka Raya. Rentang usia dari pengikut Instagram akun SK Komputer yaitu 3,6% berusia 13 sampai 17 tahun, kemudian 60% berusia 18 sampai 24 tahun, sebanyak 24,8% usia 25 sampai dengan 34 tahun, 8,1% untuk usia 35 sampai 44 tahun, 1,8% untuk usia 45 sampai dengan 54 tahun, 0,9% untuk usia 55 sampai 64 tahun dan sisanya untuk usia 65 tahun ke atas.



Gambar 11. Insight Jenis kelamin dan Waktu paling aktif

Pada gambar 11 terlihat dari pengikut akun Instagram SK Komputer adalah laki-laki 80,9% dan 19,1 % sisanya adalah wanita. Selain itu, fitur ini juga memberikan informasi tentang waktu kunjungan yang dilakukan oleh para pengikut seperti yang terlihat pada gambar yaitu hari Senin, pengikut akun SK Komputer mengunjungi Instagram paling banyak terjadi pada pukul 6 sore.

Pemanfaatan fitur ini sangat berguna untuk informasi bagi pemilik toko SK Komputer untuk bisa memasarkan produknya agar lebih tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan pengikutnya dan rentang umur yang diinformasi oleh Instagram. Selain itu, fitur ini juga dapat memberikan panduan waktu untuk bisa memposting produknya pada jam-jam tertentu dimana pengikut lebih aktif dalam mengakses Instagram sehingga produk dapat dipasarkan pada jam tersebut.

3. Tingkat Penjualan

Setelah menggunakan Instagram dan memanfaatkan semua fitur yang ada di dalamnya maka hal ini berpengaruh pada transaksi yang terjadi di toko SK Komputer. Hal ini terlihat dari total keuntungan pada bulan Februari 2021 hingga Agustus 2021 selalu lebih tinggi dari bulan Januari yang mana bulan Januari 2021 belum memanfaatkan Instagram. Seperti pada gambar 12 dan gambar 13.

TINGKAT PENJUALAN TOKO SK KOMPUTER JANUARI – AGUSTUS 2021			
Bulan	Penjualan Barang dan Jasa	Pengeluaran	Keuntungan
Januari	Rp. 45.855.000	Rp. 28.570.000	Rp. 17.285.000
Februari	Rp. 48.453.000	Rp. 29.251.000	Rp. 19.202.000
Maret	Rp. 48.225.000	Rp. 25.467.000	Rp. 22.758.000
April	Rp. 50.385.000	Rp. 31.454.000	Rp. 18.931.000
Mei	Rp. 50.100.000	Rp. 29.253.000	Rp. 20.847.000
Juni	Rp. 45.223.000	Rp. 24.334.000	Rp. 20.889.000
Juli	Rp. 49.345.000	Rp. 21.440.000	Rp. 27.905.000
Agustus	Rp. 55.674.000	Rp. 30.432.000	Rp. 25.242.000
Total			Rp. 173.059.000

Gambar 12. Tingkat Penjualan



Gambar 13. Grafik Keuntungan

B. Pembahasan

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap Instagram toko SK Komputer maka disebarkannya kuesioner Google Form kepada pengikut toko SK Komputer dan diukur menggunakan skala Guttman.

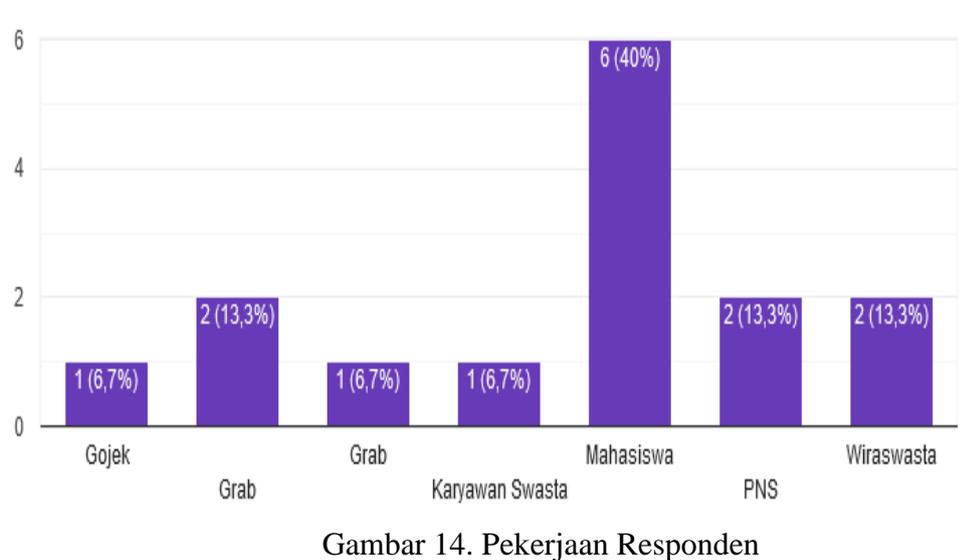
Pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui tanggapan responden adalah :

1. Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer? (P1)
2. Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik? (P2)
3. Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer? (P3)
4. Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas? (P4)
5. Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? (P5)

6. Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? (P6)

Dengan jawaban “Ya” diberi skor 1 dan jawaban Tidak diberi skor 0

Dari instrument pengumpul data secara kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 14 merupakan pekerjaan dari responden kuesioner yang mana mayoritas responden adalah mahasiswa dan terdapat ojek online, pns dan karyawan swasta.

Tabel 5. Hasil Kuesioner

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	1	0	1	0	1	1

2	1	1	1	1	0	1
3	1	1	1	1	1	1
4	1	0	1	1	0	1
5	0	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1
7	1	0	0	0	0	1
8	1	1	1	0	0	1
9	1	0	1	0	0	1
10	1	0	1	0	1	0
11	1	0	1	0	0	1
12	1	0	1	1	1	0
13	1	0	1	1	0	1
14	1	1	1	1	1	1
15	1	0	1	0	0	1
Total	14	6	14	8	7	13
Rata-rata	10,33					

Untuk mengetahui posisi persentase jawaban “ya” yang diperoleh dari angket maka dihitung terlebih dahulu kemudian ditempatkan dalam rentang skala persentase sebagai berikut :

Nilai Jawaban “ya” : 1

Nilai Jawaban “Tidak” : 0

Dikonversikan dalam persentase :

Jawaban “Ya” : $1 \times 100\% = 100\%$

Jawaban “Tidak” : $0 \times 100\% = 0\%$ (sehingga tidak perlu dihitung)

Perhitungan Jawaban “ya” dari kuesioner :

Jawaban “ya” rata-rata : $10,33/15 \times 100 = 68,86\%$.

Dari analisis Skala Guttman, titik kesesuaian diatas 50% yaitu 68,86%, sehingga dapat dikatakan pengikut toko SK Komputer terbantu dengan adanya akun Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Toko Sk Komputer.

Dari Pertanyaan pertama rata-rata menjawab ya berarti penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK computer. Dari pertanyaan kedua mayoritas menjawab tidak yang berarti postingan pada toko SK Komputer kurang menarik. Pada pertanyaan ketiga mayoritas menjawab ya yang berarti pesan selalu dibalas oleh admin Instagram toko SK Komputer. Pertanyaan keempat mayoritas menjawab ya yang berarti *caption* Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas. Pertanyaan kelima mayoritas responden menjawab tidak yang berarti akun Instagram toko SK Komputer bukan pilihan utama responden untuk mencari produk komputer di Instagram. Pada pertanyaan keenam mayoritas responden menjawab ya yang berarti instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis yang telah dilakukan, dengan memanfaatkan fitur *Insight* pengguna Instagram yang dalam hal ini adalah Toko SK Komputer merasa sangat terbantu karena dapat menganalisis mengenai *follower* mereka sehingga dapat menentukan waktu yang paling tepat untuk memposting produk, produk seperti apa yang diharapkan oleh *followernya*, dapat menentukan daerah mana saja yang bisa dijangkau dan melakukan promosi yang tepat sasaran.
2. Dari hasil analisis yang dilakukan, setelah menggunakan Instagram keuntungan penjualan selalu lebih tinggi dari bulan januari 2021 dimana bulan tersebut belum memanfaatkan Instagram, yang mana pemanfaatan Instagram pada toko SK komputer dimulai dari bulan februari 2021.
3. Berdasarkan hasil respon pengguna menggunakan metode skala Guttman menghasilkan nilai sebesar 68,86 %, maka dapat disimpulkan pengikut toko SK Komputer terbantu dengan adanya akun Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Toko Sk Komputer.
4. Berdasarkan hasil respon pengguna dari setiap pertanyaan kuesioner terdapat dua pertanyaan yang konsumen mayoritas menjawab tidak yaitu

“Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?” dan “Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer?”. Keempat pertanyaan lainnya mayoritas menjawab ya.

B. Saran

Adapun beberapa masukan dan saran penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk Foto dan Video yang diunggah agar dibuat lebih menarik lagi serta *caption* yang menjelaskan tentang produk sehingga konsumen tertarik mengunjungi akun Instagram toko SK Komputer.
2. Untuk mengunggah konten disarankan lebih aktif lagi sehingga dapat memanfaatkan Instagram lebih maksimal dari sebelumnya.
3. Untuk toko SK Komputer disarankan membuat sistem atau aplikasi penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianita, Ratna Hendra. 2017. *Manajemen pemasaran online Desa wisata di Yogyakarta menggunakan media sosial untuk promosi wisata Gabungan/Gawiga*. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Allfauziah, Fuza. 2018. *Pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada rumah batik komar di cigadung raya timur bandung*. Bandung : Universitas Pasundan
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif, CV Jejak, Sukabumi*.
- Aslinda, Yeti. 2020. *Analisis Pemanfaatan Media Promosi Facebook Untuk Meningkatkan Brand Awareness Dan Penjualan Pada Toko Online Busana Syarimu.Id*. Tulungagung : Institut Agama Islam Negeri.
- Asmaradewi, Yohana. 2019. *Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Café Mas Bro*. Semarang : Universitas Semarang.
- Ekawati, Rika Kharlina. 2020. *Analisis Pemanfaatan Akun Bisnis Instagram dalam Peningkatan Penjualan pada Gerai XYZ.Co*. Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi Volume : 3 No : 2.
- Faisa, Imam Agus dan Yuli Rohmiyati. 2019. *Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah*. Semarang : Universitas Diponegor.
- Firhani, Muhammad. 2019. *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pendaftaran Berobat Pasien Berbasis Web pada Apotik Medika Palangka Raya*. Palangka Raya : STMIK Palangkaraya.
- Habibi, Roni, Ferdy Berliano Putra, dan Ida Fatrini Putri. 2020. *Aplikasi kehadiran dosen menggunakan PHP OOP, Kreatif Industri Nusantara, Bandung*.
- Hidayat, wahyu, 2016, *perancangan media video design interior sebagai salah satu penunjang promosi dan informasi*. PT. Wans desain Group, Yogyakarta.
- Huda, Nurul. 2016. *Zakat Perspektif Mikro-Makro Pendekatan Riset*, Kencana, Jakarta.

- Kenrianto, Iwan. 2016. *Bisnis Online Revolution*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Mufiddah, Amalia. 2019. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. (Studi Kasus Owner Online Shop By_Kk)*. Ponorogo : Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Nadhirah, Ratu Syailla Annisa. 2020. *PENGARUH STRATEGI INOVASI DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI (Website) TERHADAP DAYA SAING BISNIS (Studi Kasus Distro di Jalan Sultan Agung Kota Bandung)*. Bandung : Universitas Komputer Indonesia
- Ningsih , Rini Wahyu. 2020. Efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Ampel .Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- N, Rifka R. 2017. *Step by Step Lancar Membuat SOP*, Huta Publisher, Depok.
- Ramdhan, Muhammad. 2021. *Metode Penelitian, Cipta Media Nusantara*, Surabaya.
- Romindo, dkk.2020. *Sistem Informasi Bisnis, Yayasan Kita Menulis*, Medan.
- Rukin. 2019. *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia*,Makasar.
- Saifuddin, Ahmad. 2020. *Penyusunan Skala Psikologi*, Kencana, Jakarta.
- Sholihah, Afiffatus. 2018. *Penggunaan Instgaram Sebagai Media Promosi (Studi deskriptif kualitatif pada produk teh thailand pikameame di Yogyakarta)*. Yogyakarta : Universitas Negeri Islam Yogyakarta.
- Sugiyono,2015.,*metode penelitian kombinasi (mixed method)* Alfabeta. Malang.
- Untari, Dewi dan Dewi Endah Fajariana. 2018. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)*. Widya Cipta Volume 2, No. 2, 2 September 2018.
- Wahana , Aditya. 2018. *Analisis Pemanfaatan Instagram sebagai media Pemasaran Bagi UMKM*. Yogyakarta : Universitas PGRI.
- Yulianti. 2019. *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung)*. Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Tugas



SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
(STMIK) PALANGKARAYA
Jl. G. Obos No 114 Telp. 0536-3225515 Fax. 0536-3225515 Palangkaraya
email : humas@stmikpk.ac.id - website : www.stmikpk.ac.id

SURAT TUGAS No.289/STMIK-C.1/AK/II/2021

Ketua Program Studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Palangkaraya menugaskan nama-nama tersebut di bawah ini :

1. Nama : Susi Hendartie, M.Kom.
NIK : 197803202008001
Sebagai Pembimbing I dalam **Materi Penelitian dan Program**

2. Nama : Rosmiati, M.Kom.
NIK : 197810102005003
Sebagai Pembimbing II dalam **Format Penulisan**

Untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa :

Nama : Gusti Dedy Saputra
NIM : C1757201050
Judul Tugas Akhir : Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Toko Istana Komputer
Berlaku s/d : 15 Maret 2022

Demikian surat ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Palangka Raya, 15 Maret 2021

Ketua Program Studi
Sistem Informasi



Norhayati, M.Pd.
NIK: 198805222011004

Tembusan :

1. Ketua STMIK Palangkaraya
2. Kepala Unit Penjaminan Mutu Internal (UPMI)
3. Dosen Pembimbing yang bersangkutan
4. Arsip Program studi Sistem Informasi

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
STMIK PALANGKARAYA
Jl. G. Obos No. 114 - Telp. 0536-3224593 - Fax. 0536-3225515 Palangka Raya
Email: humas@stmikpk.ac.id - Website: www.stmikpk.ac.id

Nomor : 420/STMIK-SI/.....VII/2021
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian dan Pengumpulan Data untuk Tugas Akhir

Kepada
Yth. **TOKO SK KOMPUTER**
PALANGARAYA, Jl yos sudarso no 133
PALANGKA RAYA

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan Tugas Akhir mahasiswa sebagai persyaratan kelulusan Program Studi Sistem Informasi (S1) pada STMIK Palangkaraya, maka dengan ini kami sampaikan permohonan izin penelitian dan pengumpulan data bagi mahasiswa kami berikut:

Nama : GUSTI DEDY SAPUTRA
NIM : C1757201050
Prodi (Jenjang) : Sistem Informasi (S1)
Thn. Akad. (Semester) : 2020/2021 (8)
Lama Penelitian : 26 Juli 2021 s.d 26 Agustus 2021
Tempat Penelitian : PALANGARAYA, Jl yos sudarso no 133

Dengan judul Tugas Akhir:

ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE

Adapun ketentuan dan aturan pemberian informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian tersebut menyesuaikan dengan ketentuan/peraturan pada instansi Bapak/Ibu.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Palangka Raya, 26 Juli 2021
Ketua,

Suparno, M.Kom.
NIK 196901041995105

Lampiran 3. Surat Balasan Toko

Toko SK Komputer

JL. Galaxi.No.133, Kec. Jekan Raya, Palangka Raya, Kalimantan Tengah

Telepon / HP (082246090501) WhatsApp (082246090501)

Perihal : **Balasan Permohonan Izin Penelitian**

Kepada

Yth. Ketua Program Studi Sistem Informasi

STMIK Palangkaraya

Di-

Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat saudara pada tanggal (15 Juli 2021) perihal perizinan tempat penelitian dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa atas nama **Gusti Dedi Saputra** dengan judul, "Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Pemasaran Pada Toko SK Komputer".

Perlu kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut :

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengijinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin melakukan penelitian diberikan semata-mata untuk keperluan akademik.
3. Waktu pengambilan data dilakukan selama tiga puluh hari setelah tanggal di tetapkan dalam surat permohonan.

Demikian surat balasan dari kami.

Palangka Raya, 15 Juli 2021

Pemilik Toko,



Eskn

Lampiran 4. Instrumen Wawancara (*Interview*)

LEMBAR WAWANCARA

Narasumber : Eska (Pemilik Toko SK Komputer)
Penulis : Gusti Dedi Saputra (C1757201050)

Penulis:

(Bisa bapak ceritakan media apa saja yang digunakan untuk menunjang proses pemasaran pada toko bapa?)

Narasumber:

(Untuk media yang kami gunakan saat ini ada 2, yang pertama whatsapp yang digunakan untuk konsultasi yang lebih private dengan konsumen ataupun pelanggan yang ke-2 yaitu instagram sebagai media pemasaran foto product di upload di halaman akun instagram SK Komputer)

Penulis:

(Apa saja kendala dan kesulitan yang di alami dalam proses pemasaran online?)

Narasumber:

(Untuk kendala dalam proses pemasaran itu sendiri lebih ke banyak nya pesaing yang menggunakan sosial media sebagai pemasaran online untuk toko mereka dan juga banyak konsumen yang tidak tau bahwa toko tersebut (SK Komputer) juga menggunakan media sosial sebagai alat mediasi untuk pemasaran mereka)

Penulis:

(Untuk Analisis yang saya lakukan tentang bagaimana pengaruh pemanfaatan media instagram pada toko SK Komputer, bagaimana menurut bapak? Apakah ada masukan?)

Narasumber:

(Semoga Saya berharap, dengan adanya pemasaran menggunakan media sosial ini dapat membantu perkembangan toko SK Komputer ini kedepannya, membuat toko ini menjadi lebih maju dan mampu bersaing dengan toko lainnya.

Palangka Raya, 15 Juli 2021

Narasumber,



ESKA

Mahasiswa,



GUSTI DEDI SAPUTRA

C1757201050

Lampiran 5. Instrumen Observasi (Pengamatan)

LEMBAR KEGIATAN OBSERVASI

Nama : Gusti Dedi Saputra
NIM : C1757201050
Program Studi/ Jenjang : Sistem Informas / S-1
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK)
Palangkaraya
Judul Tugas Akhir : Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online
Pada Toko SK Komputer

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan
1	Senin/15 Juli 2021	Wawancara terhadap pemilik toko SK Komputer tentang pemanfaatan media Instagram sebagai media pemasaran pada toko yang sedang berjalan.
2	Senin/15 Juli 2021	Meminta data penjualan toko sebelum dan sesudah menggunakan instagram / pemasaran online
3	Senin/15 Julii 2021	Meminta izin foto-foto untuk dokumentasi observasi penelitian

Mengetahui,
Pemilik SK Komputer



ESKA

Mahasiswa,



GUSTI DEDI SAPUTRA
C1757201050

Lampiran 6. Instrumen Dokumentasi

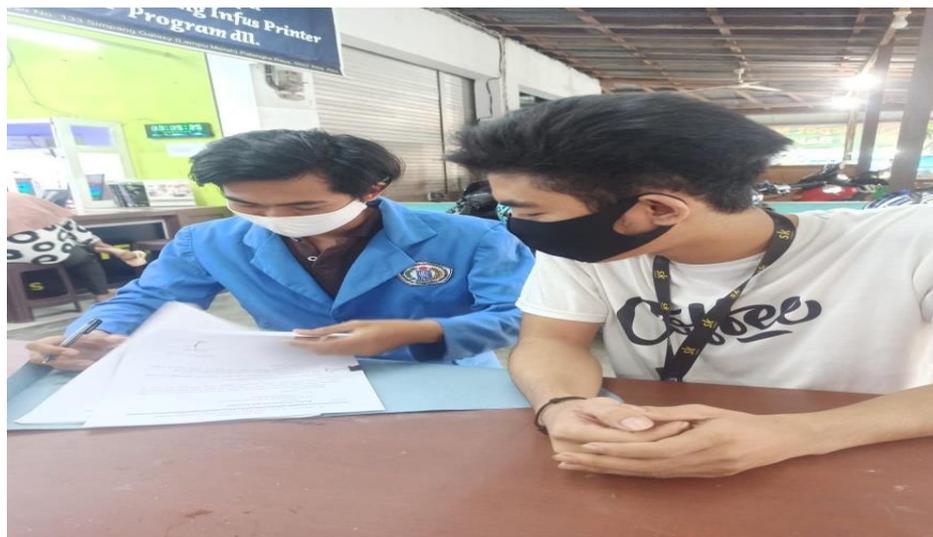


Foto pada saat wawancara tentang seputar Toko SK Computer



Foto beberapa item yang di jual pada Toko SK Computer

Lampiran 7. Kartu Kegiatan Seminar



**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
(STMIK) PALANGKARAYA**
 Jl. G. Obos No.114 Telp. 0536-3225515 Fax. 0536-3236933 Palangkaraya
 Email: human@stmrpk.ac.id website: www.stmrpk.ac.id

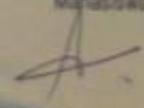
KARTU KEGIATAN SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Christy Dedy Sigitarta
 NIM : 01757201010
 Program Studi : Sistem Informasi

No.	Hari/Tanggal	Judul	Mahasiswa Penyaji	Nama Tim Dosen	Tanda Tangan
1	Dumrah 19-05 2021	Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web untuk Pemasaran Produk Makanan Tradisional	Mega Muliawati	1) Horiz Riyadi m.kom 2) Bayu Pratomo S.kom.m. 3) Dedu Andriaman m.kom	  
2	Senin 22-05 2021	Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web untuk Pemasaran Produk Makanan Tradisional	SHAN ADA	1) Romi Kherina m.kom 2) Permata m.kom 3) Nohyati .m2	  
3	Kamis 25-05 2021	Sistem Informasi Berbasis Web untuk Pemasaran Produk Makanan Tradisional	Wahyu EREH Lesta Yera	1) Gus Hendri m.kom 2) Romi Kherina m.kom 3) Shery Juvoni C.T.m.c	  
4	11 Juni 2021	Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web untuk Pemasaran Produk Makanan Tradisional	Muhammad Fauzi	1) Rani Andriana m.kom 2) Romi Kherina m.kom 3) Permata m.kom	  
5	1 Juni 2020	Sistem Informasi Berbasis Web untuk Pemasaran Produk Makanan Tradisional	Andiwa	1) Rani Andriana m.kom 2) Romi Kherina m.kom 3) Subirno m.kom	  

Keterangan :

- Harap kartu jangan sampai hilang, digunakan sebagai syarat seminar
- Minimal 5 (lima) kali mengikuti seminar

Palangka Raya, _____
 Mahasiswa ybs.


Lampiran 8. Kartu Kegiatan Konsultasi



**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
(STMIK) PALANGKARAYA**
 Jl. G. Obos No 114 Telp. 0536 3225515 Fax. 0536-3236933 Palangkaraya
 Email: stmiik@stmiik.ac.id website: www.stmiik.ac.id

**KARTU KEGIATAN KONSULTASI
TUGAS AKHIR**

Nama Mahasiswa: Dustin Dicky Febriana
 NIM: 01902200102
 No. Hp: 0822 9609 0108
 Prodi: Sistem Informasi
 Tanggal Penyerahan Judul: _____
 Judul Tugas Akhir: Analisis Kemampuan Manajerial Kelapa Putih
Pemerintah Online

No.	Tanggal Konsultasi		Uraian	Tanda Tangan
	Tertama	Kembali		
1.	01/01/2021	01/01/2021		<i>Shary</i>
2.	04/01/2021	04/01/2021	Revisi halaman prosedur tentang sistem	<i>Shary</i>
3.	16/01/21		Revisi	
4.	20/01/21		Ace sistem dan layout tampilan	<i>Shary</i>
5.			Ace format	
6.				
7.			Revisi halaman Live ditayangkan	<i>Shary</i>
8.			Revisi halaman Laporan ditayangkan	<i>Shary</i>
9.			Revisi tampilan keutangan	<i>Shary</i>
10.			Revisi Data Gudang	<i>Shary</i>
11.	16-01-21		Revisi data buku pegangan	<i>Shary</i>
12.	4-01-21		Revisi masalah dari cover sampul samping	<i>Shary</i>
13.	5-10-21		Ace Kelengkapan TA	<i>Shary</i>
14.	6-01-21		Ace Selay TA	<i>Shary</i>

Mengetahui:

Dosen Pembimbing I

Atiawati

Siti Hendarti

Dosen Pembimbing II

Rosmiati

Rosmiati

Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan Seminar



KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Rahmat Adi

Pekerjaan

Karyawan Swasta

Umur

26

Nama

Bahar Admin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

Ya

Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

Ya

Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

Ya

Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formlir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Yohana Viola

Pekerjaan

Mahasiswa

Umur

19

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

- Ya
 Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

- Ya
 Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

- Ya
 Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

- Ya
 Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formlir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Setiano

Pekerjaan

Mahasiswa

Umur

20

Jenis Kelamin

- Laki-laki
 Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

- Ya
 Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

- Ya
 Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

- Ya
 Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Rianti Amanda

Pekerjaan

PNS

Umur

29

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

Ya

Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

Ya

Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

Ya

Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Pekerjaan

Nama

Rani Walena

Umur

22

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

Ya

Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

Ya

Tidak

Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

- Ya
 Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

- Ya
 Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

- Ya
 Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

- Ya
 Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formlir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Andri Setiawan

Pekerjaan

Grab

Umur

27

Jenis Kelamin

- Laki-laki
 Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

- Ya
 Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

- Ya
 Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

- Ya
 Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Indriyani

Pekerjaan

Mahasiswa

Umur

20

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

Ya

Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

Ya

Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

Ya

Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

M. Agung

Pekerjaan

Grab

Umur

25

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

Ya

Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

Ya

Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

Ya

Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Meidianto

Pekerjaan

Gojek

Umur

30

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

- Ya
 Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

- Ya
 Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

- Ya
 Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

- Ya
 Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formlir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Ririn T

Pekerjaan

Wiraswasta

Umur

29

Jenis Kelamin

- Laki-laki
 Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

- Ya
 Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

- Ya
 Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

- Ya
 Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Hadi Alamsyah

Pekerjaan

Grab

Umur

35

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

Ya

Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

Ya

Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

Ya

Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Eka Putra Ramadhan

Pekerjaan

PNS

Umur

30

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

Ya

Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

Ya

Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

Ya

Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

Ya

Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Seprianto

Pekerjaan

Mahasiswa

Umur

22

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

Ya

Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

- Ya
 Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

- Ya
 Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

- Ya
 Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

- Ya
 Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formlir

KUESIONER PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH TOKO SK KOMPUTER

Nama

Tiara Agustina

Pekerjaan

Wiraswasta

Umur

25

Jenis Kelamin

- Laki-laki
 Perempuan

Apakah penggunaan Instagram dapat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi tentang produk SK komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah postingan yang di unggah pada Toko SK Komputer terlihat menarik?

- Ya
 Tidak

Apakah Admin selalu membalas Pesan yang dikirim pada toko SK Komputer?

- Ya
 Tidak

Apakah caption Foto/video yang diunggah dapat mendeskripsikan produk dengan jelas?

- Ya
 Tidak

Apakah jika anda ingin mencari produk komputer akan membuka halaman instagram toko sk komputer? *

- Ya
 Tidak

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

Apakah instagram merupakan sosial media yang ada selalu akses setiap harinya? *

Ya

Tidak