

**PEMANFAATAN INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
*MILA ART DANCE SCHOOL***



PENGKAJIAN SENI

**Oleh:
Hanifah Awindya Nismara
1910186026**

**PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
*MILA ART DANCE SCHOOL***



PENGKAJIAN SENI

Oleh:

Hanifah Awindya Nismara

1910186026

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Tata Kelola Seni
2023

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi Pengkajian Seni berjudul:

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI MILA ART DANCE SCHOOL

Diajukan oleh Hanifah Awindya Nismara, NIM 1910186026 Program Studi S-1 Tata Kelola Seni, Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 20 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota Penguji


Dr. M. Kholid Arif Rozaq, S. Hut., M.M.
NIP. 19760521 200604 1002

Pembimbing II/Anggota Penguji


Br. Vegasari Ratna Adya, S. Ant., M.A.
NIP. 19920712 201901 2 020

Cognate/Penguji Ahli


Trisna Pradita Putra, S.Sos., M.M.
NIP. 19861005 201504 1001

Ketua Jurusan Tata Kelola Seni
Program Studi S-1 Tata Kelola Seni
Ketua/Anggota


Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A.
NIP. 19731022 200312 1001


Dekan, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Prof. Dr. Drs. Timbul Raharjo, M. Hum.
NIP. 19691108 199303 1 001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanifah Awindya Nismara

NIM : 1910186026

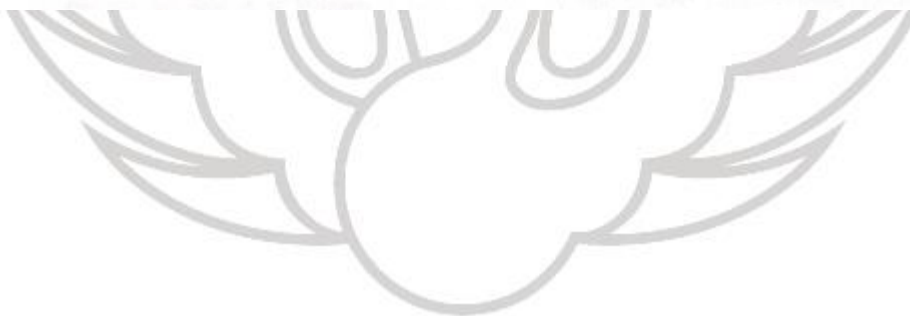
Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir skripsi pengkajian yang saya buat ini benar-benar asli karya saya sendiri, bukan duplikat atau dibuat oleh orang lain. Karya skripsi ini saya buat berdasarkan kajian langsung di lapangan sebagai referensi pendukung juga menggunakan buku-buku yang berkaitan. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Hormat saya,

Yogyakarta, 23 Juni 2023



Hanifah Awindya Nismara



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya-lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Mila *Art Dance School*” Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Tata Kelola Seni Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Selain itu, skripsi ini juga dibuat sebagai salah satu wujud implementasi dari ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. Penulis mengharapkan saran dan kritik agar menjadi batu loncatan untuk kedepannya. Skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Drs. Timbul Raharjo, M. Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta sekaligus Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Yulriawan, M.Hum, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan Program Studi S-1 Tata Kelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta
4. Dr. M. Kholid Arif Rozaq, S.Hut., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Rr. Vegasari Adya Ratna, S.Ant., M.A., selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga saat ini telah menyelesaikan tahap akhir perkuliahan.
6. Trisna Pradita Putra, S.Sos., M.M., selaku Penguji Ahli dalam ujian tugas akhir penulis.

7. Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si. selaku dosen wali akademik yang selalu membimbing dan mengarahkan dari awal hingga saat ini telah menyelesaikan tahap akhir perkuliahan.
8. Seluruh dosen dan staff tata usaha Program Studi S1-Tata Kelola Seni Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Mila Rosinta Totoatmojo, S.Sn., M.Sn., selaku Narasumber dan Pimpinan *Mila Art Dance School*
10. Gusti Raditya Kusumanegara, M.Ked., selaku Narasumber dan *Co-Founder Mila Art Dance School.*
11. Irma Indriyani, S. Sn., M. Sn., selaku Narasumber dan Manajer *Mila Art Dance Group.*
12. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Purwanto dan Sutarti yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan hingga akhir skripsi ini.
13. Teman-teman satu bimbingan dan seperjuangan Angkatan 2019 Tata Kelola Seni yang telah memberikan semangat dan dukungan sampai saat ini.
14. Siti Aisyah dan Aditya Alfath yang telah membantu selama mengerjakan tugas akhir ini.
15. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi informasi yang berguna dalam dunia pendidikan.

Yogyakarta, Mei 2023

Hanifah Awindya Nismara

ABSTRAK

Mila Art Dance School merupakan sanggar tari yang berada di Yogyakarta. Awalnya *Mila Art Dance School (MAD School)* adalah sebuah komunitas tari perempuan yang didirikan Mila Rosinta Totoatmojo pada tahun 2012. Saat ini *MAD School* telah berkembang menjadi sebuah sanggar tari. *MAD School* merupakan salah satu sanggar tari yang populer di Yogyakarta. Sebagai sebuah sanggar yang cukup dikenal oleh masyarakat, tentunya *MAD School* perlu melakukan kegiatan promosi. Sampai saat ini kegiatan promosi yang dilakukan *MAD School* hanya melalui Instagram. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan Instagram yang digunakan *MAD School* dalam melakukan kegiatan promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan teori mengenai bauran promosi. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi partisipan, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menjelaskan bagaimana *MAD School* memanfaatkan Instagram sebagai satu-satunya media dalam melakukan kegiatan promosi. Instagram digunakan sebagai media promosi karena Instagram sendiri merupakan aplikasi yang terus berinovasi, selalu memeperbarui fitur-fitur yang ada, sehingga kegiatan promosi dapat dilakukan hanya dengan mengoptimalkan penggunaan Instagram. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa *MAD School* memanfaatkan Instagram untuk digunakan sebagai media promosi dengan mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur yang ada di Instagram. Mila Rosinta yang merupakan *founder* dan *influencer* juga memiliki pengaruh yang besar dalam kegiatan promosi yang dilakukan.

Kata kunci: *Mila Art Dance School*, promosi, sanggar tari, Mila Rosinta, Instagram

ABSTRACT

Mila Art Dance School is a dance studio located in Yogyakarta. Initially, Mila Art Dance School (MAD School) was a women's dance community founded by Mila Rosinta Totoatmojo in 2012. Currently, MAD School has developed into a dance studio. MAD School is one of the popular dance studios in Yogyakarta. As a studio that is well known by the public, of course MAD School needs to carry out promotional activities. Until now, MAD School's promotional activities have only been done through Instagram. The purpose of this study is to find out the use of Instagram used by MAD School in carrying out promotional activities. The research method used is a qualitative research method with a theoretical approach to the promotion mix. Methods of data collection using participant observation methods, semi-structured interviews, and documentation. The results of this study explain how MAD School utilizes Instagram as the only media in carrying out promotional activities. Instagram is used as a promotional medium because Instagram itself is an application that is constantly innovating, always updating existing features, so that promotional activities can be carried out only by optimizing the use of Instagram. Based on the research results, it can be concluded that MAD School utilizes Instagram to be used as a promotional medium by optimizing the use of features on Instagram. Mila Rosinta who is the founder and influencer also has a big influence in the promotional activities carried out.

Keywords: Mila Art Dance School, promotion, dance studio, Mila Rosinta, Instagram

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Metode Penelitian	6
1. Metode Pengumpulan Data.....	7
2. Teknik Analisis Data.....	11
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Tinjauan Pustaka.....	14
B. Kerangka Teori	20
1. Pemasaran	20
2. Promosi	21
3. Media Sosial.....	25
4. Sanggar Tari.....	29

BAB III	30
PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN DATA	30
A. Penyajian Data	30
1. Profil Mila Art Dance School.....	30
2. Struktur Organisasi Mila Art Dance School	35
3. Aktivitas Kegiatan Promosi Mila Art Dance School	36
4. Profil Mila Art Dance School di Instagram	38
B. Pembahasan Data	54
1. Kegiatan Promosi yang dilakukan MAD School	54
2. Peran Mila Rosinta Dalam Pelaksanaan Kegiatan Promosi.....	56
3. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi	59
BAB IV PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81
BIODATA MAHASISWA	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Bangunan MAD School	30
Gambar 3. 2 Mila Rosinta Totoatmojo, S.Sn. M.Sn.	32
Gambar 3. 3 Logo Mila Art Dance School	34
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi MAD School	35
Gambar 3. 5 Profil Website MAD School	36
Gambar 3. 6 Profil Facebook MAD School.....	37
Gambar 3. 7 Profil Instagram.....	38
Gambar 3. 8 Tentang Akun MAD School	39
Gambar 3. 9 Konten MAD School tahun 2015	40
Gambar 3. 10 Poster Audisi MAD Group pada tahun 2015	41
Gambar 3. 11 Unggahan Konten Instagram MAD School tahun 2015	41
Gambar 3. 12 Poster Metamorfosa Angkatam Pertama.....	42
Gambar 3. 13 Konten Instagram MAD School Terbaru	43
Gambar 3. 14 Konten MAD School.....	43
Gambar 3. 15 Konten Video MAD School.....	44
Gambar 3. 16 Feeds MAD School	45
Gambar 3. 17 Postingan Iklan MAD School	47
Gambar 3. 18 Cerita Instagram MAD School.....	48
Gambar 3. 19 Desain Template IG Story MAD School.....	49
Gambar 3. 20 Template Metamorfosa #15	49
Gambar 3. 21 Highlight MAD School	50
Gambar 3. 22 Contoh undangan kolaborasi dalam postingan Mila Rosinta	51
Gambar 3. 23 Postingan MAD School yang dikolaborasikan.....	51
Gambar 3. 24 Postingan kolaborasi bersama akun Sleman Citty Hall.....	52
Gambar 3. 25 Konten Video Tutorial Tari Bali	53
Gambar 3. 26 Instagram pribadi Mila Rosinta.....	57
Gambar 3. 27 Akun Tiktok MAD School.....	59
Gambar 3. 28 Jangkauan Iklan MAD School	63
Gambar 3. 29 Instagram Story MAD School.....	65

Gambar 3. 30 Respon pengikut Instagram MAD School66
Gambar 3. 31 Respon pengikut Instagram MAD School66
Gambar 3. 32 Pemasaran Langsung yang dilakukan MAD School.....67
Gambar 3. 33 Jumlah Followers Bulan Februari 202372
Gambar 3. 34 Jumlah Followers Bulan Mei 202373
Gambar 3. 35 Diagram peningkatan jumlah siswa MAD School.....74



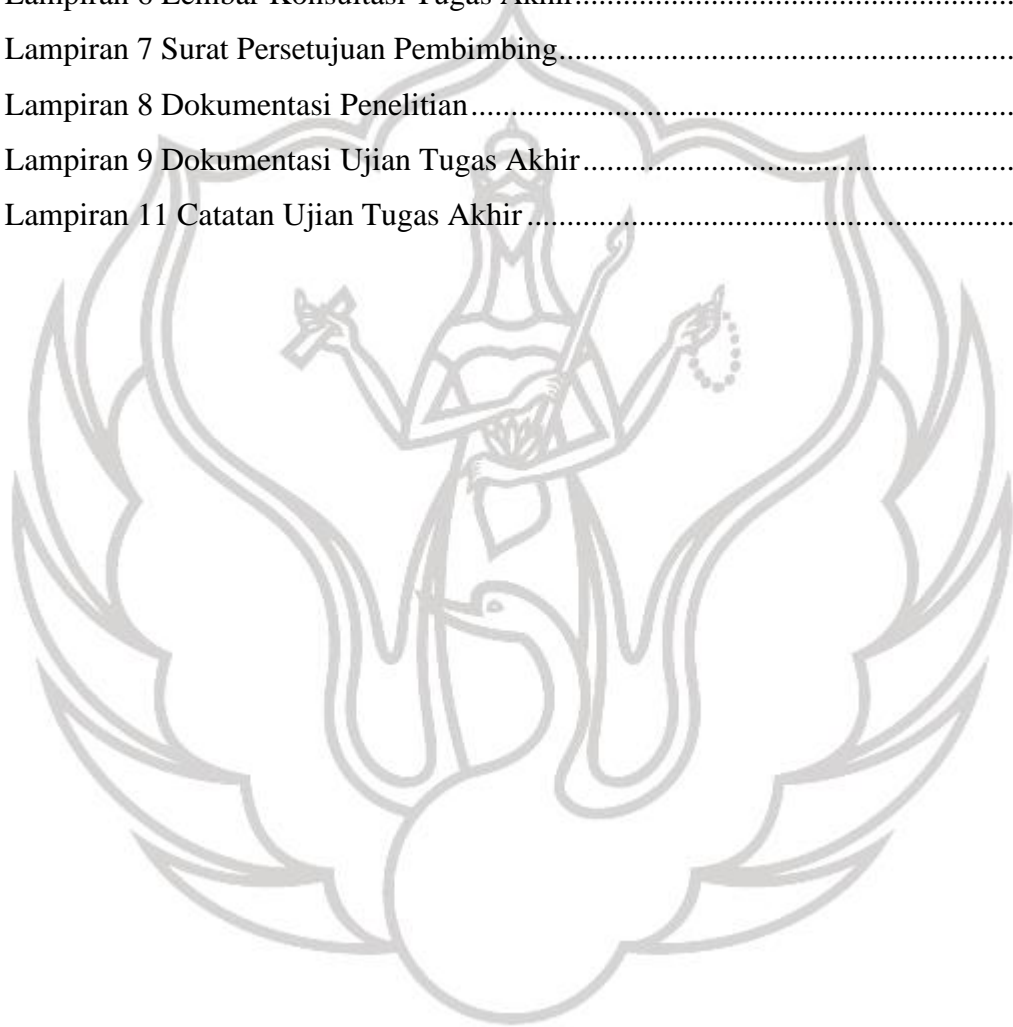
DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Insight</i> MAD <i>School</i> bulan April.....	69
Table 2 <i>Insight</i> Jangkauan Konten MAD <i>School</i> bulan April	69
Table 3 <i>Insight</i> jangkauan konten berdasarkan jenis kelamin bulan April	70
Table 4 <i>Insight</i> Bulan Mei 2023.....	70
Tabel 5 <i>Insight</i> Jangkauan Konten MAD <i>School</i> selama bulan Mei	71
Tabel 6 <i>Insight</i> Jangkauan konten berdasarkan jenis kelamin	71
Table 7 Lokasi Jangkauan MAD <i>School</i> terhitung sejak 3 bulan terakhir.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pendaftaran Program Magang Untuk Penelitian	81
Lampiran 2 Tanda Pengenal Yang Digunakan	82
Lampiran 3 Transkrip Wawancara 1	83
Lampiran 4 Transkrip Wawancara 2	89
Lampiran 5 Transkrip Wawancara 3	91
Lampiran 6 Lembar Konsultasi Tugas Akhir	93
Lampiran 7 Surat Persetujuan Pembimbing	98
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian	99
Lampiran 9 Dokumentasi Ujian Tugas Akhir	103
Lampiran 11 Catatan Ujian Tugas Akhir	105



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia kaya akan budaya yang beragam. Kebudayaan yang beragam muncul dikarenakan Indonesia merupakan negara yang memiliki ribuan pulau. Kebudayaan yang muncul disetiap daerah memiliki ciri khas tersendiri. Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat (Rahayu, 2017). Kesenian merupakan hasil dari kebudayaan yang hari ini masih terus ada di masyarakat. Sebagai ungkapan kreativitas, kesenian juga dapat berwujud interaksi antara seniman dan penontonnya. Kesenian yang berkembang di Indonesia salah satunya adalah seni tari.

Tari merupakan salah satu kesenian yang menggunakan gerak tubuh untuk menggambarkan suasana hati maupun pikiran (Salsabila & Joko Wiyoso, 2016). Tari merupakan perpaduan antara ritme, tubuh dan rasa. Ada tiga jenis tari, yaitu tari tradisional yang memiliki makna dan nilai tradisi, ada tari kontemporer yang merupakan jenis tarian modern yang bebas dan tidak memiliki ketentuan gerak (Nareswari & Yosep, 2015). Kemudian tari kreasi baru yaitu tarian tradisional yang mengalami perubahan pada ragam gerak, irama, atau durasi tanpa merubah makna dalam tarian tersebut. Seni tari merupakan salah satu kesenian yang sampai saat ini masih sering dijumpai. Meski begitu, seiring berjalannya waktu seni tari tradisional mulai tergantikan oleh tari modern. Sehingga Seni tari tradisional memerlukan perhatian yang lebih agar tidak hilang tergantikan oleh tari modern, contohnya dengan membentuk sebuah ruang yang digunakan secara khusus untuk mendalami tari tradisional maupun ragam gerak tari tertentu.

Dikarenakan adanya perkembangan yang cukup pesat, kesenian tradisional mulai tergantikan dengan budaya modern, oleh karena itu diperlukan berbagai upaya untuk melestarikan kesenian tradisional, khususnya dalam bidang kesenian tari tradisional. Salah satu upaya dalam melestarikan kesenian tradisional, khususnya dalam bidang seni tari yaitu dengan membentuk sebuah sanggar, grup

ataupun komunitas kesenian. Sanggar tari memiliki peran yang sangat penting dalam melestarikan kesenian tari dan juga untuk meningkatkan respon masyarakat sekitar tentang kesenian seni tari tradisional (Lindita et al., 2021) Sikap peduli dari masyarakat dalam menjaga budaya sangat dibutuhkan dengan cara berperan aktif dan berpartisipasi dalam upaya melestarikan kebudayaan daerah masing-masing. Sebagai respon masyarakat, sanggar tari berdiri di Indonesia. Sanggar atau komunitas tari ini adalah tempat yang cocok untuk mempelajari seni tari sekaligus melestarikannya. Beberapa Provinsi di Indonesia memiliki banyak komunitas tari salah satunya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang terkenal dengan sebutan provinsi yang kaya akan seni dan budayanya. Sebutan tersebut terbukti dengan banyaknya grup atau komunitas kesenian yang ada di Yogyakarta. Menurut data yang diperoleh dari website resmi Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta, grup kesenian yang berkembang di DIY saat ini mencapai sebanyak 8.826,00 (<http://bappeda.jogjapro.go.id>, diakses pada tanggal 26 Juni 2023). Seni tari merupakan salah satu kesenian yang banyak dijumpai di DIY, maka tak heran apabila DIY memiliki banyak sanggar tari. Sanggar tari yang berkembang di Yogyakarta kebanyakan memang menyajikan materi pembelajaran mengenai tarian khas Yogyakarta. Tetapi ada satu sanggar yang memiliki keunikan tersendiri karena sanggar ini menawarkan materi pembelajaran tari yang beragam. Sanggar tari tersebut didirikan oleh seniman tari asal Yogyakarta yaitu Mila Rosinta Totoatmojo.

Mila Art Dance School merupakan sanggar kursus tari sekaligus menjadi laboratorium seni tari yang didirikan oleh Mila Rosinta Totoatmojo pada tahun 2015 (Indriyani, 2020). Mila Rosinta merupakan penari dan koreografer yang namanya cukup dikenal di Indonesia atas karya-karyanya. *Mila Art Dance School* hadir berawal dari pengalaman Mila Rosinta pada saat bergabung dengan *Tembi Dance Company* pada tahun 2009. *Tembi Dance Company* merupakan sebuah ruang untuk melakukan penelitian dan pembentukan gerak tari yang diinisiasi oleh Bambang Paningron. Selama bergabung dengan *Tembi Dance Company*, Mila Rosinta mendapatkan pandangan dan pengalaman baru yang membuat Mila

Rosinta termotivasi untuk membentuk sebuah komunitas tari yang diberi nama *Mila Art Dance* hingga berkembang menjadi sebuah sanggar tari yang hingga saat ini dikenal dengan *Mila Art Dance School (MAD School)*. *MAD School* merupakan salah satu sanggar tari yang cukup eksis dan cukup dikenal hingga saat ini. Hal tersebut dikarenakan *MAD School* hingga saat ini sudah meluluskan lebih dari 5000 siswa dalam 8 tahun terakhir. Untuk terus meningkatkan jumlah siswa *MAD School*, maka diperlukan kegiatan promosi agar masyarakat lebih mengenal produk yang ditawarkan oleh *MAD School*.

Promosi merupakan salah satu aspek penting dalam melaksanakan kegiatan pemasaran. Promosi dapat digunakan untuk menentukan tingkat keberhasilan dalam memasarkan sebuah produk atau jasa. Promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut (Kotler & Armstrong, 2014). Promosi dilakukan dengan cara menawarkan produk atau jasa kepada calon konsumen. Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa serta mengundang konsumen sasaran untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan kepada khalayak (Dewa & Safitri, 2021). Promosi dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa media untuk memuat informasi atau memuat penawaran dalam mengenalkan dan memasarkan sebuah produk atau jasa. Menurut Mila selaku *founder* dari *MAD School*, selama berdirinya *MAD School* promosi yang dilakukan hanya melalui situs website dan media sosial yang dimiliki *MAD School*.

Media sosial merupakan kumpulan situs web maupun aplikasi yang terbentuk akibat adanya kemajuan teknologi (Kurnianto et al., n.d, 2016). Media sosial merupakan sarana interaksi melalui internet yang mudah diakses bagi seluruh kalangan di dunia. Media sosial merupakan tempat untuk berkomunikasi dengan siapa saja, dan dimana saja. Komunikasi jarak jauh merupakan hal yang lumrah terjadi saat ini, karena media sosial dapat menjangkau orang ke berbagai penjuru dunia. Berkembangnya media sosial, memicu munculnya beberapa aplikasi baru yang digunakan masyarakat sebagai media komunikasi baru. *MAD School* menggunakan media sosial untuk melakukan kegiatan promosi. Berawal

dari menggunakan sebuah situs website, kegiatan promosi yang dilakukan MAD School berkembang melalui beberapa aplikasi media sosial salah satunya dengan menggunakan Instagram (Mainanda, 2021).

Instagram adalah platform media sosial berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, merekam video, menerapkan filter, dan membagikannya di berbagai platform media sosial (Ayuningtyas, 2019). Instagram merupakan jejaring sosial terbesar saat ini, lebih dari setengah miliar orang dan anggotanya terus berkembang (Nugroho & Azzahra, 2022) Saat ini, Instagram tidak hanya sekedar untuk membagikan foto atau video namun beralih fungsi menjadi wadah promosi. Saat ini banyak pengguna media sosial Instagram yang membuat akun tidak hanya membagikan foto atau video yang bersifat pribadi atau personal, namun mengunggah foto atau video yang tujuannya mempromosikan produk. Salah satu alasan mengapa Instagram digunakan sebagai media promosi adalah karena popularitas Instagram. Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia. Pengguna Instagram yang tiap tahun terus bertambah membuat adanya pembaruan yang dilakukan secara terus menerus sehingga Instagram semakin canggih. Instagram terus melakukan inovasi dan terus menarik perhatian pengguna media sosial, mulai dari menghadirkan beberapa fitur baru. Fitur-fitur tersebut dapat digunakan dengan bebas oleh para penggunanya (Syahrizal, 2021).

Berkembangnya Instagram kemudian perlahan menjadi salah satu aplikasi yang digunakan dalam mempromosikan usaha penggunanya dengan memanfaatkan fitur- fitur tersebut. Saat ini sering ditemui, akun instagram yang digunakan untuk memposting iklan dan promosi bisnis, dan segala bentuk promosi sebagai bentuk pengenalan brand sebuah usaha bisnis. Media sosial khususnya Instagram sebagai wadah untuk mempublikasikan sesuatu yang terkait dengan konten berupa informasi dan hiburan, bisa berupa konten visual gambar, teks, dan juga audio video (Puspitarini & Nuraeni, 2019) Dampak yang dihasilkan pun sangat berpengaruh besar terhadap daya tarik pengguna media sosial dengan meningkatnya perhatian dan antusiasme. Para pengguna media sosial terhadap suatu iklan yang dipasang di dalamnya, seperti dengan mem-follow atau

mengikuti akun resmi dari brand terkait dan dapat digunakan untuk melakukan kegiatan Promosi (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Tak dapat dipungkiri, saat ini banyak pelaku bisnis yang menggunakan Instagram sebagai salah satu media yang digunakan untuk melakukan promosi seperti yang dilakukan oleh *Mila Art Dance School*.

MAD School sudah lebih dari 8 tahun memiliki akun Instagram dengan nama pengguna *@milaartdanceschool*. Hingga saat ini Instagram yang digunakan *MAD School* sudah memiliki pengikut sebanyak 18.000 orang, jumlah postingan konten *MAD School* saat ini sudah mencapai 2.070 konten, sehingga dapat diketahui bahwa *MAD School* cukup konsisten aktif dalam menggunakan Instagram. Meskipun *MAD School* hanya menggunakan Instagram dalam melakukan kegiatan promosi, *MAD School* terus mengalami peningkatan jumlah pengikutnya dalam Instagram yang digunakan. Tidak hanya pengikutnya saja, *MAD School* selama tiga Angkatan terakhir selalu mengalami peningkatan pada jumlah siswa yang mendaftar di *MAD School*. Dapat dikatakan bahwa Instagram yang digunakan *MAD School* memiliki potensi untuk terus dikembangkan dan digunakan sebagai media promosi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemanfaatan Instagram yang dilakukan oleh *MAD School*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Pemanfaatan Instagram yang dilakukan *MAD School* dalam melakukan kegiatan promosi?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk :

- a. Mendeskripsikan pemanfaatan Instagram yang dilakukan *MAD School* dalam melakukan kegiatan promosi.
- b. Menganalisis penggunaan Instagram yang dilakukan *MAD School* untuk dioptimalkan sebagai media promosi

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menambah wawasan. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki keterkaitan tema atau topik dengan penelitian ini.

2. Bagi Institusi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolok ukur *Mila Art Dance School* dalam melakukan kegiatan promosi di sosial media khususnya Instagram.

3. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan ide inovatif yang baru untuk masyarakat yang sedang mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi.

E. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Kusumastuti, 2019). Penelitian kualitatif deskriptif adalah prosedur penelitian yang bertujuan untuk memberikan hasil data berupa tulisan ataupun lisan dari orang atau narasumber perilaku yang diamati (Fairus. F, 2020). Metode pendekatan kualitatif untuk penelitian berkaitan dengan penilaian subyektif dari sikap, pendapat dan perilaku peneliti. Dalam menemukan sebuah fakta, penelitian ini menggunakan metode observasi partisipasi karena penelitian dilakukan secara langsung dan ikut serta berperan dalam proses pengelolaan Instagram *MAD School*. Pada saat observasi, peneliti mengikuti program magang yang diselenggarakan oleh *MAD School* sebagai tim media sosial. Observasi dilakukan kurang lebih selama 3 bulan terhitung sejak 14 Februari - 20 Mei 2023. Setelah terlibat langsung bersama *MAD School*, dilakukan observasi data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis kemudian ditarik kesimpulan mengenai hal-hal yang terkait dalam pemanfaatan

Instagram yang digunakan MAD *School* dalam melakukan kegiatan promosi.

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian, metode pengumpulan merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data, setelah melakukan pengumpulan data dilakukan guna memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian (Faisal & Rohmiyati, 2017). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi Adapun teknik dan instrumen pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Schensul dalam Rachmawati (2017) berpendapat bahwa observasi merupakan hal yang sangat fundamental dalam penelitian kualitatif. Observasi bermanfaat untuk mengumpulkan berbagai data perilaku atau interaksi sosial. Data-data observasi dapat berupa *open-ended* data yaitu pola-pola atau *closed & coded* data yaitu konfirmasi pola-pola tertentu.observasi pada hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindra, mulai dari penciuman, penglihatan, atau pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa peristiwa, kejadian, aktivitas, obyek, atau kondisi tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang riil dalam suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Berikut dibawah ini jenis teknik observasi pada penelitian kualitatif yaitu (Hardani et al., 2022: 129-132):

- 1) **Observasi partisipasi** (*participant observation*) yang dilakukan *observer* dengan terlibat langsung secara aktif dalam objek yang teliti atau ikut ambil bagian dalam kehidupan orang yang diobservasi. Apabila *observer* tidak trlibat secara langsung dalam objek yang akan diteliti, akan disebut observasi non partisipan.

- 2) **Observasi sistematis** atau observasi berkerangka (*structured observation*) dimana dalam melakukan kegiatan observasi sudah ditentukan terlebih dahulu kerangkanya. Kerangka tersebut memuat faktor-faktor yang akan diobservasi menurut kategorinya. Dengan demikian maka materi observasi mempunyai cakupan yang lebih spesifik dan terbatas, sehingga pengamatan lebih terarah.
- 3) **Observasi eksperimental** adalah observasi yang dilakukan terhadap situasi yang disiapkan sedemikian rupa untuk meneliti sesuatu yang dicobakan. Pengamatan ini dilakukan dengan cara *observee* dimasukkan ke dalam suatu kondisi atau situasi tertentu. Kondisi dan situasi itu diciptakan oleh peneliti sedemikian rupa sehingga gejala yang akan dicari/diamati akan timbul. Faktor-faktor dan semua kondisi dapat diatur dan dikendalikan peneliti.

Penelitian ini menggunakan observasi partisipan karena penelitian dilakukan secara langsung dan ikut serta berperan dalam proses pengelolaan Instagram MAD *School*. Observasi partisipan dipilih sebagai metode pengumpulan data ini. Peneliti mengikuti kegiatan dan aktivitas Mila sebagai pemilik dari MAD *School* dan mengamati setiap proses dalam membangun strategi promosi MAD *School* yang dilakukan melalui Instagram.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan memberi jawaban atas pertanyaan itu (Ernawati, 2018). Wawancara dilakukan untuk diharapkan mampu mendapat data yang dibutuhkan, serta penggunaan metode wawancara didasari

dengan alasan yaitu mampu menggali informasi dari subyek yang diteliti lebih mendalam. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dapat dilakukan secara langsung maupun melalui perantara media online seperti *Zoom meetings*. Menurut Esterberg (2002) dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif yang ditulis oleh Eko Edy Susanto (E. E. Susanto et al., 2022: 125) mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu sebagai berikut ini:

1) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan didapat. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, peneliti telah menyiapkan instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan peneliti mencatat jawaban yang diperolehnya.

2) Wawancara Semi terstruktur

Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *indepth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta untuk berpendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

3) Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tidak terstruktur, ialah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang

telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data dari informan. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan kepada informan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan dalam peneliti pendahuluan atau untuk penelitian yang lebih mendalam tentang subyek yang diteliti sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variabel apa yang harus diteliti.

Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur karena peneliti pada awalnya sudah mempersiapkan beberapa pertanyaan untuk ditanyakan. Kemudian pertanyaan bisa saja bertambah dan berkembang jika serasa pertanyaan yang sudah dibuat masih kurang dan perlu ditambahkan sesuai kebutuhan. Proses wawancara ini dilakukan di studio *MAD School* yang berlokasi di Jalan Damai No. 8 Sinduharjo, Ngaglik, Sleman. Wawancara yang akan dilakukan bersama dengan beberapa narasumber yaitu :

- 1) Mila Rosinta Totoadmojo, S. Sn., M. Sn. pendiri dan pimpinan *MAD School*
- 2) dr. Gusti Raditya, M. Ked. selaku suami Mila Rosinta dan wakil pimpinan *MAD School*
- 3) Irma Indriyani, S. Sn, M. Sn., selaku Manager Mila Rosinta sekaligus Manajer *MAD Group*

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka maupun gambar berupa laporan serta keterangan dapat mendukung penelitian. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subyek peneliti atau pihak lain. Observasi dan

wawancara yang diperoleh oleh peneliti disebut sebagai data primer, kemudian untuk data dokumentasi berupa tulisan, buku, jurnal, tesis, disertasi, dokumen, alat rekam merupakan data sekunder (Fairus. F, 2020). Dokumentasi yang dikumpulkan dapat menghasilkan beberapa bukti yang diperlukan untuk penelitian. Dokumentasi sangat diperlukan untuk menjadi pertanggungjawaban dari data-data yang diperoleh saat observasi dan wawancara dengan narasumber. Peneliti akan mencari data mengenai hal-hal berupa data *insight* dari Instagram, arsip *MAD School*, catatan, transkrip, buku, sertifikat penghargaan, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan lain sebagainya. Data dan dokumentasi yang diperoleh digunakan untuk melengkapi data penelitian.

2. Teknik Analisis Data

Analisis kualitatif ialah data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data itu mungkin telah dikumpulkan dalam aneka macam cara yaitu pengamatan terlibat, wawancara, dan selanjutnya diproses melalui perekaman, pencatatan, pengetikan, tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas (Musthafa, 2020). Teknik analisis data dibagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan (Pangastuti, 2017).

a. Reduksi data

Data dalam penelitian kualitatif umumnya berupa narasi deskriptif kualitatif. Analisisnya bersifat naratif kualitatif, mencari kesamaan-kesamaan dan perbedaan-perbedaan informasi. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama pengumpulan data berlangsung. Pada saat pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi yang selanjutnya disusun menjadi ringkasan. Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara

sedemikian rupa hingga simpulan-simpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi (Salafudin, 2019). Dengan reduksi data, data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara melalui seleksi ketat. Melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan pada saat pengumpulan data yang berasal dari hasil wawancara bersama tim *MAD School*, serta pengumpulan data melalui observasi langsung di *MAD School*. Selanjutnya, menyederhanakan data tersebut dengan mengambil data yang diperlukan dalam pembahasan penelitian ini. Sehingga data tersebut mengarah pada kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan Tindakan (Musthafa, 2020). Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif. Teks tersebut terpisah bagian demi bagian dan bukan simultan, tersusun kurang baik, dan sangat berlebihan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Setelah melakukan penelitian, data yang telah didapatkan kemudian diolah dalam bentuk uraian mengenai kegiatan pemanfaatan Instagram yang dilakukan *MAD School* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dari analisis data kualitatif adalah penarikan simpulan dan verifikasi. Simpulan adalah inti dari temuan penelitian yang menggambarkan pendapat-pendapat terakhir yang berdasarkan pada uraian-uraian sebelumnya atau, keputusan yang diperoleh berdasarkan metode berpikir induktif atau deduktif. Simpulan yang dibuat harus

relevan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan. Ingat simpulan penelitian bukan ringkasan penelitian. Simpulan yang terdapat dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih perlu untuk diteliti supaya menjadi jelas. Data yang telah dikumpulkan lalu diolah menjadi sebuah analisis mengenai penggunaan Instagram yang dilakukan oleh *MAD School*, kemudian menganalisis pemanfaatan Instagram yang dilakukan sebagai media promosi sesuai dengan teori yang sudah ada. Selanjutnya melakukan penarikan kesimpulan terhadap hasil penggunaan Instagram yang digunakan sebagai media promosi.

F. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, instrument pengumpulan data, dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teori, mencakup tinjauan Pustaka yang digunakan sebagai acuan referensi penelitian ini, kemudian teori mengenai pemasaran, promosi, beserta aspek pendukungnya sebagai referensi dan penambahan sumber literatur dalam penelitian ini.

Bab III Penyajian data dan analisis data, mencakup data-data yang telah dikumpulkan lalu diuraikan pada bab ini, yaitu mengenai *MAD School*, perjalanan aktivitas kegiatan Promosi yang telah dilakukan *MAD School*, Kegiatan promosi yang dilakukan *MAD School* dengan menggunakan Instagram.

Bab IV Penutup, mencakup kesimpulan dan hasil dari penelitian untuk menjawab rumusan masalah, serta berisi saran dari peneliti terkait kegiatan promosi yang dilakukan *MAD School*.

Daftar Pustaka

Lampiran

Biodata Mahasiswa