

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DI KALANGAN KOMUNITAS STAND UP INDO MEDAN
DALAM MENCIPTAKAN PELUANG SHOW**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

FIQY DHEA LENTERA

NPM : 71180612031

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

MEDAN

2022

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DI KALANGAN KOMUNITAS STAND UP INDO MEDAN
DALAM MENCIPTAKAN PELUANG SHOW**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

FIQY DHEA LENTERA

NPM : 71180612031

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Sumatera Utara



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| DAFTAR ISI | i |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5. Metodologi Penelitian | 7 |
| 1.5.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 7 |
| 1.6. Lokasi Penelitian | 7 |
| 1.7. Objek / Informan Penelitian | 7 |
| 1.8. Teknik Pengumpulan Data | 8 |
| 1.9. Teknik Analisis Data | 8 |
| | |
| BAB II. URAIAN TEORITIS | 10 |
| 2.1 KerangkaTeori | 10 |
| 2.2. Komunikasi Pemasaran | 10 |
| 2.2.1. Empat Komponen Pemasaran | 11 |
| 2.2.2. Komunikasi Pemasaran Online | 12 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3. Promosi | 15 |
| 2.3.1. Tujuan Promosi | 15 |
| 2.3.2. Bauran Promosi | 17 |
| BAB III. SEJARAH STAND UP COMEDY DAN INSTAGRAM | 19 |
| 3.1. Pengertian Stand Up Comedy | 19 |
| 3.2 Sejarah Singkat Stand Up Comedy | 21 |
| 3.2.1. Stand Up Comedy di Amerika | 21 |
| 3.2.2. Stand Up Comedy di Indonesia | 22 |
| 3.2.3. Komunitas Stand Up Indo Medan | 26 |
| 3.3. Istilah-istilah Dalam Stand Up Comedy | 28 |
| 3.4. Manfaat Stand Up Comedy | 29 |
| 3.5. Media Sosial | 31 |
| 3.5.1 Media Sosial Instagram | 32 |
| 3.5.2. Instagram Sebagai Media Promosi | 34 |
| 3.5.3. Fitur Dalam Media Sosial Instagram | 35 |
| 3.5.4. Manfaat Media Sosial | 40 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1. Gambaran Umum Penelitian | 44 |
| 4.1.1. Profil Informan Sebagai Narasumber | 44 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2 Hasil Penelitian | 46 |
| 4.2.1. Peran Instagram Dalam Menciptakan Peluang Show | 46 |
| 4.3 Hasil Wawancara | 49 |
| 4.4 Pembahasan | 56 |
| BAB V. PENUTUP | 59 |
| 5.1. Kesimpulan | 59 |
| 5.2. Implikasi | 60 |
| 5.3. Saran | 60 |
| 5.3.1. Saran Untuk Penelitian | 60 |
| 5.3.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya | 61 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KATA PENGANTAR

Syukur tak terhingga kehadirat Allah Subhanahuwa Ta'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Di Kalangan Komunitas Stand Up Indo Medan Dalam Menciptakan Peluang Show*" ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena kemampuan penulis yang masih terbatas. Tetapi, berkat bantuan beberapa pihak, maka penulis berhasil untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberi dukungan terutama kepada:

1. Kepada Bapak Febry Ichwan Butsi, S.Sos, MA sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan waktunya, arahan, saran serta ilmu yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kepada Bapak Ridwan Nasution, S.Sos, M.Kom. sebagai dosen pembimbing II yang juga banyak memberikan mimbingan, bantuan, dan motivasi kepada penulis sehingga semakin membuat penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Bapak Drs. Zainuddin Nasution, M. AP sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Sumatera Utara.
4. Kepada Ibu Dra. Fauziah Dongoran, MA sebagai Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Sumatera Utara.

5. Kepada Pegawai Administrasi Ilmu Komunikasi yaitu Kak Evi dan Kak Nana. Seluruh dosen dan para staff yang telah banyak memberikan ilmu serta bantuan yang bermanfaat selama penulis mengikuti kegiatan akademik di UISU.
6. Kepada keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih kepada Ayahanda Fuad Batubara, S.Pd dan Ibunda Yusnani, S.Pd, M.Pd yang telah memberikan kepercayaan dan dukungan baik dalam bentuk pengorbanan, nasehat, maupun kasih sayang tiada batas dan doa tulusnya demi keberhasilan penulis. Kepada kedua adik saya Fawwaz Dhea Mentari dan Fahira Dhea Maharani.
7. Kepada Teman-teman sesama mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi stambuk 2017 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya.
8. Kepada para anggota dari komunitas Stand Up Indo Medan dan para komika senior yang telah meluangkan waktu nya.

Segala upaya telah dilakukan oleh penulis untuk menyempurnakan penulisan ini. Namun, tidak mustahil dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharap saran dan komentar yang dapat dijadikan penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Pada akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 10 Juli 2022

Penulis

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. 2009. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran (1st ed). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Castells dalam McQuail, Denis. 2012. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika.
- Holmes, David. 2012. Teori Komunikasi, Teknologi Informasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kismono, G. 2011. Pengantar Bisnis, Edisi Kedua. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kotler, Phillip. 1997. Manajemen Pemasaran Analisis Media Promosi. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Killer, K. 2012. Marketing Management 14 th Edition. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. 2006. Marketing Communication. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Laquey, Tracy. 1997. Sahabat Internet Pedoman Bagi Pemula Untuk Jaringan Global, Bandung : ITB
- McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissan. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetakan Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nasrullah, Rulli. 2016. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nawawi, H. 2001. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Pandji Nugroho. 2011. Potret Stand Up Comedy; Stand Up Comedy Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Prisgunanto, I. 2006. Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Salamoon.

Siswanto. 2013. Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo

Severin & Tankard. 2008. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa. Jakarta: Kencana.

WEBSITE :

https://www.instagram.com/standupindo_mdn (Diakses pada 23 Juni 2022 pukul 21.05 WIB)

https://id.wikipedia.org/wiki/Stand_Up_Comedy_Indonesia_Kompas_TV (Diakses pada 27 Juni 2022 pukul 19.18 WIB)

<http://serupedia.com/2012/02.sejarah-dan-asal-usul-stand-up-comedy.html?m=1> (Diakses pada 27 Juni 2022 pukul 19.39 WIB)

<https://www.orbitdigitaldaily.com/standup-indo-medan-komitmen-lahirkan-komika-tingkat-nasional/> (Diakses pada 28 Juni 2022 pukul 11.15 WIB)

<https://mncplay.id/pemalas-2-hibur-masyarakat-medan-lewat-pertunjukan-stand-comedy/> (Diakses pada 28 Juni 2022 pukul 14.37 WIB)

<https://seleb.tempo.co/read/1527973/sejarah-lahirnya-stand-up-comedy-awalnya-berupa-teater> (Diakses pada 28 Juni 2022 pukul 20.05 WIB)

<https://widya2512.wordpress.com/2015/01/07/sejarah-awal-berdirinya-stand-up-comedy-di-indonesia/> (Diakses pada 03 Juli 2022 pukul 10.25 WIB)

<https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2022/08/02/istilah-penting-dalam-stand-up-comedy/> (Diakses pada 03 Juli 2022 pukul 12.04 WIB)

<https://www.idntimes.com/life/inspiration/peter-eduard/bukan-sekadar-hiburan-ini-5-manfaat-menonton-stand-up-comedy> (Diakses pada 03 Juli 2022 pukul 12.45 WIB)

<http://www.gudangilmukomputer.com/> (Diakses pada 03 Juli 2022 pukul 15.00 WIB)

<https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjasannya-klm.html> (Diakses pada 03 Juli 2022 pukul 15.25 WIB)

https://id.wikipedia.org/wiki/Babe_Cabiita (Diakses pada 03 Juli 2022 pukul 16.22 WIB)

https://id.wikipedia.org/wiki/Rizky_Teguh (Diakses pada 03 Juli 2022 pukul 19.45 WIB)

<https://sumut.idntimes.com/hype/entertainment/arifin-alamudi/7-tahun-geluti-dunia-stand-up-ilham-abay-akhirnya-bikin-show-tunggal> (Diakses pada 03 Juli 2022 Pukul 20.30 WIB)