

**ANALISIS KONTEN PROMOSI INSTAGRAM  
STRASBOX BARBERSHOP KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Siska Putri Pertiwi  
171110025**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

# **ANALISIS KONTEN PROMOSI INSTAGRAM STARSBOX BARBERSHOP KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh  
Siska Putri Pertiwi  
171110025**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Siska Putri Pertiwi  
NPM : 171110025  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat dengan judul:

### **ANALISIS KONTEN PROMOSI INSTAGRAM STRASBOX BARBERSHOP KOTA BATAM**

Adalah hasil Karya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah orang atau pendapar yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya berdedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 28 Juli 2023.

  
**Siska Putri Pertiwi**  
171110025

**ANALISIS KONTEN PROMOSI INTSGRAM  
STARSBOX BARBERSHOP KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Siska Putri Pertiwi  
171110025**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 28 Juli 2023**



**Ageng Rara Cindoswari. S.P., M.Si.  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online Starsbox Barbershop adalah salah satu usaha pelayanan jasa yang berdiri pada 06 Juli 2015 yang memiliki 8 cabang yang ada dikota Batam Starsbox barbershop memiliki eksistensi di mata masyarakat dimana perusahaan tersebut sudah lama berdiri, tak hanya menyediakan pelayanan jasa juga memproduksi pomade brand sendiri untuk jual dan hanya di pasarkan di outlet starsbox barbershop saja. Starsbox Barbershop memanfaatkan sosial media Instagram dengan akun @Strasboxbarbershop\_batam dengan follower sebanyak 13,6 ribu sebagai media Promosi dengan konten berupa foto dan Video . Dalam kegiatan promosi tentu melihat konten apa yang akan di sampaikan kepada masyarakat, selain konten ada bahasa yang mejadi salah satu nilai yang ada didalam promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mendeskripsikan makna dan tanda pada Konten Promosi Strasbox Barbershop, Konten promosi hanya tidak sekadar tentang berkomunikasi melalui promosi namun berfokus bagaimana makna yang sampai jelas ke audiens Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotic Sanders Pirece. Hasil penelitian ini yaitu mengkaji tentang tanda, implementasi dan warna konten yang dibuat dalam bentuk foto dan video yang dihadirkan melalui foto dan adegan Scene – Scene pada video konten promosinya sehingga menarik minat pada audeins

Kata Kunci : Strasbox Barbershop, Semiotika, Konten, Promosi

## ABSTRACT

*Instagram is an image-based social media that provides online photo or video sharing services. Starsbox Barbershop is a service business that was established on July 6 2015 which has 8 branches in the city of Batam. Starsbox barbershop has an existence in the eyes of the public where the company has been around for a long time. , not only providing services but also producing its own pomade brand to sell and only market it at starsbox barbershop outlets. Starsbox Barbershop utilizes social media Instagram with the account @Strasboxbarbershop\_batam with 13.6 thousand followers as a promotional medium with content in the form of photos and videos. In promotional activities, of course, look at what content will be conveyed to the public, apart from content, there is language which is one of the values in the promotion. This study aims to analyze and describe the meanings and signs in Strasbox Barbershop Promotional Content. Promotional content is not just about communicating through promotions but focuses on how the meaning gets clear to the audience. The author uses a qualitative research method with a Sanders Pirece semiotic analysis approach. The results of this study are to examine the sign, implementation and color of the content made in the form of photos and videos that are presented through photos and Scene – Scene scenes in the promotional content videos so that they attract the interest of the audience.*

*Keywords : Strasbox Barbershop, Semiotics, Content, Promotion*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah mrlimpahkan segala rahmat dan karunia-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si.
4. Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.
5. Bapak Sholihul Abidin S.Sos.I., M.I.Kom selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi selama penulis menempuh perkuliahan.
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
7. Orang tua penulis, Bapak Ali dan Ibu Sampurna yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, pengorbanan, serta doa yang tidak henti- hentinya mengalir hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat penulis, Ayu Rahma Dewi yang selalu memberikan semangat dan perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Rekan kerja penulis, Pica, Khristian, yang selalu memberi semangat dan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalaskebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 28 Juli 2023

Siska Putri Pertiwi

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	12
1.2. Fokus Penelitian .....	17
1.3. Rumusan Masalah.....	17
1.4. Tujuan Penelitian.....	18
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kajian Teoritis .....	19
2.1.1. Teori Semiotika Charles Sanders Peirce .....	19
2.1.2. Kajian Konseptual .....	22
2.1.2.1 Tradisi Semiotika.....	22
2.1.2.2 Konsep Konsep Dasar Semiotika .....	24
2.1.3 Kajian Komunikasi .....	26
2.1.2.4 Warna Dalam Komunikasi.....	28
2.1.4 Promosi .....	30
2.1.5 Instagram.....	31
2.2 Analisis Konten Promosi Instagram @Starsbox Barbershop.....	31
2.3 Penelitian Terdahulu .....	33
2.4 Kerangka Konseptual.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	45
3.2. Obyek Penelitian .....	46
3.3. Subyek Penelitian .....	46
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5. Metode Analisis.....	47
3.6. Uji Kredibilitas Data.....	47
3.6.1. Uji Credibility.....	47
3.6.2. Uji Transferability .....	48
3.6.3. Dependability dan Confirmability .....	48
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	



4.1.	Profil Objek Penelitian .....	50
4.1.1.	Sejarah Starsbox Barbershop Di Kota Batam.....	50
4.1.2.	Logo Starsbox Barbershop .....	53
4.1.3.	Struktur Organisasi Starsbox Barbershop .....	54
4.2.	Hasil Penelitian .....	55
4.2.1.	Identifikasi Makna Tanda pada Konten Starsbox Barbershop Di Instagram	56
4.2.2.	Identifikasi Ikon, Indeks, dan Simbol Pada Konten Promosi Starsbox Barbershop .....	67
4.3.	Pembahasan.....	80
4.3.1.	Temuan Penelitian.....	80
4.3.2.	Implementasi Konten Promosi Starsbox Barberhop Di Instagram .....	81
4.3.3.	Makna Konten Promosi Starsbox Barbershop .....	82
4.3.4.	Warna Pada Konten Promosi Starsbox Barbershop .....	83
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1.	Simpulan.....	84
5.2.	Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR GAMBAR

Halaman	
<b>Gambar 1.1</b> Akun Starsbox Barbershop .....	13
<b>Gambar 1.2</b> Konten @Strasbox Barbershop .....	14
<b>Gambar 1.3</b> Konten @strasbox Barbershop .....	15
<b>Gambar 2.1</b> Segitiga Makna Charles Sanders Peirce .....	20
<b>Gambar 2.1</b> Konten @Strasbox Barbershop .....	32
<b>Gambar 2.2</b> Konten @Strasbox Barbershop .....	33
<b>Gambar 4.1</b> Produk Pomade Beal Corby Waterbase .....	52
<b>Gambar 4.2</b> Produk Pomade Beal Corby Clay .....	52
<b>Gambar 4.3</b> Logo @Strasbox Barbershop .....	53
<b>Gambar 4.4</b> Struktur Organisasi .....	54
<b>Gambar 4.4</b> Analisis Trikotomi pada Konten Pertama .....	68
<b>Gambar 4.5</b> Analisis Trikotomi pada Konten Kedua Scene 1 .....	69
<b>Gambar 4.6</b> Analisis Trikotomi pada Konten Kedua Scene 2 .....	70
<b>Gambar 4.7</b> Analisis Trikotomi pada Konten Kedua Scene 3 .....	71
<b>Gambar 4.8</b> Analisis Trikotomi pada Konten Kedua Scene 4 .....	72
<b>Gambar 4.9</b> Analisis Trikotomi pada Konten Kedua Scene 5 .....	73
<b>Gambar 4.10</b> Analisis Trikotomi pada Konten Kedua Scene 6 .....	74
<b>Gambar 4.11</b> Analisis Trikotomi pada Konten Kedua Scene 7 .....	75
<b>Gambar 4.12</b> Analisis Trikotomi pada Konten Kedua Scene 8 .....	76
<b>Gambar 4.13</b> Analisis Trikotomi pada Konten Kedua Scene 9 .....	77

## DAFTAR TABEL

Halaman	
<b>Tabel 2.1</b> Jenis Tanda Menurut Charles Sanders Peirce.....	21
<b>Tabel 2.2</b> Penelitian Terdahulu .....	33
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian .....	14
<b>Tabel 4.1</b> Identifikasi Makna Tanda Konten Pertama.....	56
<b>Tabel 4.2</b> Identifikasi Makna Tanda pada Konten Kedua Scene 1 .....	57
<b>Tabel 4.3</b> Identifikasi Makna Tanda pada Konten Kedua Scene Scene 2.....	58
<b>Tabel 4.4</b> Identifikasi Makna Tanda pada Konten Kedua Scene Scene 3.....	59
<b>Tabel 4.5</b> Identifikasi Makna Tanda pada Konten Kedua Scene Scene 4.....	60
<b>Tabel 4.6</b> Identifikasi Makna Tanda pada Konten Kedua Scene Scene 5.....	61
<b>Tabel 4.7</b> Identifikasi Makna Tanda pada Konten Kedua Scene Scene 6.....	62
<b>Tabel 4.8</b> Identifikasi Makna Tanda pada Konten Kedua Scene Scene 7.....	63
<b>Tabel 4.9</b> Identifikasi Makna Tanda pada Konten Kedua Scene Scene 8.....	64
<b>Tabel 4.10</b> Identifikasi Makna Tanda pada Konten Kedua Scene Scene 9 .....	65
<b>Tabel 4.11</b> Identifikasi Ikon, Indeks, Dan Simbol Pada Konten Promosi Strasbox Barbershop .....	66