

202110040311397
Erfin Putri Ramadhani
Prodi Ilmu Komunikasi

**PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PEDULY
MALANG MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT
GENERASI Z SEBAGAI *VOLUNTEER***

(Studi Kasus pada Pengelola Akun Instagram @pedulymalang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Oleh:

Erfin Putri Ramadhani

202110040311397

Dosen Pembimbing :

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI

PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PEDULY MALANG
MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT GENERASI Z SEBAGAI
VOLUNTEER

(Studi Kasus pada Pengelola Akun Instagram @pedulymalang)

Diajukan Oleh :

ERFIN PUTRI RAMADHANI

202110040311397

Telah disetujui

Kamis, 8 Januari 2026

Pembimbing I



Widiva Yutanti, M.A (Hons)

Wakil Dekan I



Dr. Joko Setiawan, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI




SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Erfin Putri Ramadhani
202110040311397

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Kamis, 8 Januari 2026
Dihadapan Dewan Penguji







Dewan Penguji :

1. **Dr. Farid Rusman, M.Si.** ()
2. **Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.** ()
3. **Widiya Yutanti, M.A (Hons)** ()


Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik





LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

| | | | | |
|---|--|--|---|--|
|  UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG | Lembar Persetujuan Skripsi | | | |
|  LAMP LABORATORIUM ANALISIS MANAJEMEN PADA MUSKIM 2017 | Nama : Erfin Putri Ramadhani | | | |
|  LMMPASTI LABORATORIUM MANAJEMEN PADA MUSKIM 2017 | NIM : 202110040311397 | | | |
| | Jurusan : Ilmu Komunikasi | | | |
| | Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik | | | |
| | Judul Skripsi : PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PEDULY MALANG MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT GENERASI Z SEBAGAI VOLUNTEER (Studi Kasus pada Pengelola Akun Instagram @pedulymalang) | | | |
| Disetujui, Pembimbing | | | | |
|  | | | | |
| Widiya Yutanti, M.A (Hons) | | | | |
| Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi | | | | |
|  | | | | |
| Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si. | | | | |
|  | <table><tr><td>Kampus I Jl. Bawakng 1 Malang Jawa Timur P. +62 341 557 252 (Pusat) F. +62 341 860 435</td><td>Kampus II Jl. Bendulngin Sultan No. 156 Malang Jawa Timur P. +62 341 557 140 (Pusat) F. +62 341 562 060</td><td>Kampus III Jl. Raya Tuguas No. 740 Malang Jawa Timur P. +62 341 864 370 (Pusat) F. +62 341 863 433 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table> | Kampus I Jl. Bawakng 1 Malang Jawa Timur P. +62 341 557 252 (Pusat) F. +62 341 860 435 | Kampus II Jl. Bendulngin Sultan No. 156 Malang Jawa Timur P. +62 341 557 140 (Pusat) F. +62 341 562 060 | Kampus III Jl. Raya Tuguas No. 740 Malang Jawa Timur P. +62 341 864 370 (Pusat) F. +62 341 863 433 E. webmaster@umm.ac.id |
| Kampus I Jl. Bawakng 1 Malang Jawa Timur P. +62 341 557 252 (Pusat) F. +62 341 860 435 | Kampus II Jl. Bendulngin Sultan No. 156 Malang Jawa Timur P. +62 341 557 140 (Pusat) F. +62 341 562 060 | Kampus III Jl. Raya Tuguas No. 740 Malang Jawa Timur P. +62 341 864 370 (Pusat) F. +62 341 863 433 E. webmaster@umm.ac.id | | |

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Erfin Putri Ramadhani
NIM : 202110040311397
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PEDULY MALANG MELALUI
INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT GENERASI Z SEBAGAI *VOLUNTEER* (Studi
Kasus pada Pengelola Akun Instagram @pedulymalang)


adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.


2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Desember 2025
Yang Menyatakan,


Erfin Putri Ramadhani



Kampus I
Jl. Bankeng I Malang, Jawa Timur
T. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 551 252

Kampus II
Jl. Bendungan S. Jati No. 148 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 551 349 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tugras No. 240 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 403 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

| | |
|---------------------|--|
| Nama | : Erfin Putri Ramadhani |
| No. Induk Mahasiswa | : 202110040311397 |
| Program Studi | : Ilmu Komunikasi |
| Judul Skripsi | : PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PEDULY MALANG MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT GENERASI Z SEBAGAI <i>VOLUNTEER</i> (Studi Kasus pada Pengelola Akun Instagram @pedulymalang) |

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap **Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 15 Desember 2025

Dosen Pembimbing


Widiya Yutanti, M.A (Hons)




UN-QA
STARS

Kampus I
Jl. Rawasari I Malang Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 895 235


Kampus II
Jl. Bendiungan, Sutawi No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 142 (Hunting)
F: +62 341 551 680

Kampus III
Jl. Raya Tropicana No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 803 835
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



UMMPASTI

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:


| | |
|---------------|-------------------------|
| NAMA | : Erfin Putri Ramadhani |
| NIM | : 202110040311397 |
| Program Studi | : Ilmu Komunikasi |


Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 9 (sembilan) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.


Malang, 15 Desember 2025

a.n Dekan
Ketua Program Studi


Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si.



UN-QA



STARS

Kampus I
Jl. Beroeng 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 557 253 (Hunting)
F. +62 341 450 435

Kampus II
Jl. Beroeng, Sukorejo No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 557 185 (Hunting)
F. +62 341 582 063

Kampus III
Jl. Raya Tugu No. 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 804 319 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

**PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PEDULY MALANG MELALUI
INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT GENERASI Z SEBAGAI *VOLUNTEER***

(Studi Kasus pada Pengelola Akun Instagram @pedulymalang)

Oleh:

Nama : Erfin Putri Ramadhani
NIM : 202110040311397

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 15 Desember 2025


Pembimbing I/Promotor


Widiya Yutanti, M.A (Hons)
NIP. 10303090396



| | | |
|---|---|---|
| Kampus I Jl. Bangsari 1 Malang Jawa Timur P +62 341 551 252 (Hunting) F +62 341 405 435 | Kampus II Jl. Bembelangan Gudam No. 188 Malang Jawa Timur P +62 341 501 149 (Hunting) F +62 341 580 060 | Kampus III Jl. Raja Trianggono No. 288 Malang Jawa Timur P +62 341 464 319 (Hunting) F +62 341 463 435 E webmaster@umm.ac.id |
|---|---|---|

HASIL CEK PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Erfin Putri Ramadhani
NIM : 2021 - 397.


Hasil Plagiasi : 23/12

| | | | | |
|---------|----|--|--|--|
| BAB I | 5 | | | |
| BAB II | 4 | | | |
| BAB III | 16 | | | |

BAB IV

| | | | |
|---|--|--|--|
| 4 | | | |
| 1 | | | |
| 9 | | | |

BAB V
BAB VI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 23 Desember 2025
M. Dasuki
M. Dasuki



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Erfin Putri Ramadhani
NIM : 202110040311397
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PEDULY MALANG MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT GENERASI Z SEBAGAI *VOLUNTEER* (Studi Kasus pada Pengelola Akun Instagram @pedulymalang)

| No | Tanggal | Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi | T. Tangan |
|----|------------|---|-----------|
| 1 | 2/3/2024 | Kelas bimbingan pertama dan konsultasi judul | |
| 2 | 15/3/2024 | Mengumpulkan draft proposal BAB I, II, III | |
| 3 | 22/6/2024 | Konsultasi dan revisi draft proposal | |
| 4 | 29/6/2024 | Pelaksanaan seminar proposal | |
| 5 | 22/10/2024 | Konsultasi draft pertanyaan | |
| 6 | 20/12/2024 | Revisi draft pertanyaan | |
| 7 | 1/9/2025 | Pengajuan judul baru dan konsultasi BAB I, II, III | |
| 8 | 6/9/2025 | Revisi BAB I, II, III dan konsultasi draft pertanyaan | |
| 9 | 9/9/2025 | Acc draft pertanyaan & acc penelitian | |
| 10 | 5/11/2025 | Konsultasi progress penelitian BAB IV | |
| 11 | 14/11/2025 | Revisi BAB IV, melanjutkan BAB V dan abstrak | |
| 12 | 19/11/2025 | Acc seminar hasil | |
| 13 | 2/12/2025 | Pelaksanaan seminar hasil | |

Malang, 15 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Widiya Yufanti, M.A (Hons)




Kampus I
Jl. Semarang 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 251 253 (Hunting)
F. +62 341 466 435


Kampus II
Jl. Bendjeng Sidani No. 168 Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Rusa Tugurusu No. 741 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 379 (Hunting)
F. +62 341 463 433
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG





BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Selasa, 2 Desember 2025
Pukul 19.00 WIB
Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:


| | |
|------------------|--|
| Nama | Erfin Putri Ramadhani |
| NIM | 202110040311397 |
| Program Studi | Ilmu Komunikasi |
| Konsentrasi | Jurnalistik |
| Fakultas | Ilmu Sosial dan Ilmu Politik |
| Judul Skripsi | STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KOMUNITAS PEDULY MALANG MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT GENERASI Z SEBAGAI <i>VOLUNTEER</i> (Studi Kasus pada Pengelola Instagram Komunitas Peduly Malang) |
| Dosen Pembimbing | Widiya Yutanti, M.A (Hons) |
| Dosen Penguji | Dr. Farid Rusman, M.Si. |

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui platform Zoom Meeting
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 11 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS


Malang, 15 Desember 2025

| | |
|---|---|
| <p>Dosen Pembimbing</p>  <p>Widiya Yutanti, M.A (Hons)</p> | <p>Dosen Penguji</p>  <p>Dr. Farid Rusman, M.Si.</p> |
|---|---|


Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si.



UN-QA



STARS

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
T: +62 341 501 252 (Hunting)
F: +62 341 501 252

Kampus II
Jl. Bendungan Sidani No.158 Malang Jawa Timur
T: +62 341 251 143 (Hunting)
F: +62 341 251 143

Kampus III
Jl. Raja Tugurus No.240 Malang Jawa Timur
T: +62 341 251 210 (Hunting)
F: +62 341 251 210
E: web@um.ac.id


DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LAMP
LIGA ANTI
MURAH 2021



LMPASTI
LIGA MUDA
PASTI
MADIA

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

| No | Nama Lengkap | NIM | Program Studi |
|----|----------------------------|-----------------|-----------------|
| 1 | Erfina Putri Ramadhani | 202110040311396 | Ilmu Komunikasi |
| 2 | Murhayati | 202110040311387 | Ilmu Komunikasi |
| 3 | Arit Imaniah | 202110040311063 | Ilmu Komunikasi |
| 4 | Puput Alia Rohali | 202110040311323 | Ilmu Komunikasi |
| 5 | Irma Wahyuni | 202110040311174 | Ilmu Komunikasi |
| 6 | Vina Fitria Setiyawati | 202110040311534 | Ilmu Komunikasi |
| 7 | Ilma Milla Maris | 202110040311122 | Ilmu Komunikasi |
| 8 | Nuraisia Januarti | 202110040311215 | Ilmu Komunikasi |
| 9 | Putri Andini Rifa Musyaffa | 202110040311092 | Ilmu Komunikasi |
| 10 | Faizah Nurjannatu Adnin | 202110040311486 | Ilmu Komunikasi |
| 11 | Ushulyah Dirmanto | 202110040311539 | Ilmu Komunikasi |

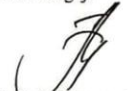
Malang, 15 Desember 2025

Dosen Pembimbing




Widiya Yutanti, M.A (Hons)

Dosen Penguji



Dr. Karid Rusman, M.Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si.



UN-QA
STARS

Kampus I
Jl. Benda 1 Malang, Jawa Timur
T: 0291 841 552 (Hunting)
F: 0291 841 551

Kampus II
Jl. Bendungan Sidani No. 15B Malang, Jawa Timur
T: 0291 841 149 (Hunting)
F: 0291 841 581/680

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur
T: 0291 841 404 (Hunting)
F: 0291 841 403
E: webmaster@umms.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Erfin Putri Ramadhani, 202110040311397, PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PEDULY MALANG MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT GENERASI Z SEBAGAI VOLUNTEER (Studi Kasus pada Pengelola Akun Instagram @pedulymalang). Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.

Memasuki era modern aktivitas komunikasi pemasaran digital dapat diakses melalui berbagai platform. Salah satu platform yang mayoritas diminati oleh Generasi Z adalah media sosial, khususnya Instagram. Kondisi tersebut sejalan dengan Peduly Malang yang menjadikan Instagram sebagai media untuk melakukan pemasaran mengenai *project* yang ditujukan bagi audiensnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penyelenggaraan komunikasi pemasaran Peduly Malang melalui Instagram dalam menarik minat Generasi Z sebagai *volunteer*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif tipe interpretatif. Teori yang digunakan adalah *The Circular Model of SOME (Share, Optimize, Manage, Engage)* oleh Regina Luttrell. Subjek penelitian ini dilakukan bersama Staf Kreatif dan Volunteer Manager Peduly Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam tahap *share* pengelola akun Instagram @pedulymalang memperhatikan *style* Generasi Z yang harus memiliki kesesuaian *value* dalam konten yang diunggah, tahap *optimize* staf kreatif dan Volunteer Manager berupaya memahami *insight* dalam mengembangkan konten, tahap *manage* dilakukan dengan mengadakan evaluasi konten dan tim agar dapat membangun strategi yang optimal dalam mengelola konten, dan tahap *engage* dilakukan dengan memanfaatkan *User Generated Content (UGC)* melalui konten *Volunteer of the Month (VOTM)* yang diikuti oleh *volunteer*. Secara keseluruhan, teori ini memberikan pemahaman terkait penyelenggaraan komunikasi pemasaran melalui akun Instagram @pedulymalang sebagai media untuk melakukan pemasaran *project* sosial dengan pengelolaan konten yang dihadirkan untuk menarik minat Generasi Z sebagai *volunteer*.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, teori *The Circular Model of SOME*, Instagram, Generasi Z.

Malang, 18 November 2025

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Peneliti



Erfin Putri Ramadhani

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur kepada Allah SWT atas semua limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tak lupa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa jalan kita menuju terang benderang.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya banyak doa, dukungan yang penulis dapatkan dari semua pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat penulis ingin mempersembahkan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan satu-satunya Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya berupa nikmat kesehatan, rezeki, kemudahan, kelancaran dan keberkahan sehingga penulis dapat melewati setiap proses dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Teruntuk Alm. Bapak Subiyanto tercinta yang telah mengajarkan penulis banyak hal, khususnya tentang arti kesabaran. Penulis tidak akan pernah melupakan momen terindah bersama Bapak. Sejak kecil penulis melihat arti kuat, sabar, dan selalu menghadirkan senyuman dari Bapak. Penulis mengucapkan terima kasih banyak sudah hadir dalam hidup penulis menjadi Bapak yang hebat di mata penulis. Meskipun, kebersamaan itu tidak berlangsung lama, rasanya kehadiran Bapak selalu ada dalam setiap langkah penulis. Semoga dengan penulis bisa menyelesaikan pendidikan ini bisa membuat Bapak bangga di surga.
3. Teruntuk pintu surga penulis Ibu Sutini tercinta, yang telah mendidik dan mengajarkan anaknya untuk selalu semangat menjalani hari dengan indah. Terima kasih atas semua bentuk pengorbanan yang sudah Ibu lakukan selama ini, penulis bersyukur memiliki Ibu yang kuat, tangguh, dan hebat bagi semua anaknya. Khususnya, dukungan moril dan materil yang selalu Ibu upayakan, serta doa yang tidak pernah terlewatkan dalam sujud Ibu. Hal itulah yang membuat penulis akhirnya bisa sampai di titik ini. Semoga Ibu selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan yang penuh keberkahan.

4. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, S. Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan sebagai Dosen Penguji 2 yang sudah memberikan bimbingan dan arahan agar penulisan skripsi ini dapat lebih baik.
7. Bapak Nasrullah, M.Si selaku Dosen Wali kelas H Ilmu Komunikasi Angkatan 2021, terima kasih telah memberikan semangat, doa, serta dukungan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Widiya Yutanti, M.A (Hons) selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dengan sangat sabar. Serta selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terima kasih Ibu untuk masukannya selama ini dalam mengarahkan penulis agar dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Semoga Ibu Widiya senantiasa diberikan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan selalu mengiringi di setiap langkah Ibu.
9. Bapak Farid Rusman, M.Si sebagai Dosen Penguji 1, terima kasih telah mengarahkan penulis dengan memberikan masukan bagi penulis agar dapat menyusun skripsi ini agar lebih baik.
10. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membimbing dengan memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang sangat berharga selama proses perkuliahan.
11. Teruntuk pengurus Peduly Malang, khususnya kak Nidya, kak Nadia, dan kak Alya terima kasih sudah meluangkan waktunya untuk bersedia menjadi subjek penelitian dalam skripsi ini. Semoga kebaikan kalian selama ini menjadi berkah karena telah membantu penulis untuk mewujudkan mimpinya yang diawali karena kegemaran penulis untuk menjadi *volunteer* dalam kegiatan sosial.
12. Teruntuk kak Dynda terima kasih banyak sudah membantu penulis dari awal bergabung menjadi *volunteer* di Peduly Malang. Banyak hal yang

sudah kakak bantu prosesnya, semoga kebaikan selalu menyertai kak Dynda.

13. Seluruh anggota Peduly Malang *batch* 13 periode Juli sampai Oktober yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Teruntuk semuanya terima kasih banyak telah memberikan pengalaman baru yang sangat berharga bagi penulis untuk terlibat dalam *project* sebagai *volunteer*. Terimakasih atas ketulusan dalam dedikasi yang ditunjukkan kepada para *volunteer* dalam menjalani setiap *project* untuk selalu menebarkan aura positif yang dapat memberikan semangat dan keceriaan. Semoga kakak-kakak Peduly Malang selalu dilimpahkan kebahagiaan, sukses selalu buat semuanya.
14. Teruntuk mas Denny Dwi Nugraha dan mbak Giska Ova Gradistya yang selalu menginspirasi. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas waktu, usaha, dan kerja keras yang senantiasa diupayakan dalam memberikan dukungan, baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis bersyukur mempunyai kakak yang MasyaAllah sangat baik, yang senantiasa memberikan kasih sayang, perhatian, doa, serta dukungan tanpa henti dalam setiap proses yang penulis jalani. Semoga kalian selalu dipertemukan dengan orang-orang yang baik dan dimudahkan dalam segala hal yang sedang dijalani.
15. Teruntuk mbak Yulia Eka Wardani dan mas Arwin Yuliarno Putro yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan bagi penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis bersyukur memiliki kakak yang hebat seperti kalian. Terima kasih karena telah menjadi kakak yang baik selama ini. Semoga semua kebaikan yang telah diberikan menjadi berkah dan kebahagiaan senantiasa mengiringi dalam setiap langkah kalian berada.
16. Teruntuk saudara kembar penulis, Erfina Putri Ramadhani. Penulis merasa bersyukur dan beruntung menjadi bagian dari setiap perjalanan yang dilewati bersama. Terima kasih untuk selalu memperhatikan hal-hal kecil yang terkadang tidak penulis sadari tetapi hal itu sangat bermakna. Penulis juga berterima kasih banyak untuk segala doa, dukungan, motivasi serta semangat yang selama ini kamu berikan untuk penulis sehingga dapat bertahan melewati semuanya hingga penyusunan skripsi ini selesai. Penulis

mendoakan semoga hal baik selalu datang membersamai setiap langkah kita kedepannya.

17. Teruntuk semua keponakan yang penulis sayangi Sea Diraya Arthawidya, Qaireen Hasna Khairunnisa, Arvinza Manggala Putra, dan Almarhum Arjuna Nayaka Ega Putra, terima kasih sudah hadir memberikan kebahagiaan, kehangatan dan keceriaan. Penulis merasa semangat karena hadirnya kalian bisa menghibur dan membuat penulis semakin semangat untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
18. Teruntuk Kuzdattiyah dan Anita Nur Rahmatika yang telah memberikan semangat dan doanya untuk penulis. Terima kasih telah menemani perjalanan penulis sampai saat ini. Penulis banyak belajar dari kalian tentang arti ketulusan. Kalian berdua yang selalu memberikan semangat, doa, dukungan serta selalu menghibur penulis. Meskipun kita semua jarang bertemu, tetapi kalian selalu menemani langkah penulis selama ini. Semoga kebaikan kalian selama ini menjadi berkah dan kebahagiaan senantiasa mengiringi setiap langkah kalian.
19. Teruntuk Dona dan Aisyah terima kasih sudah menemani penulis dari masa putih biru hingga sekarang. Penulis berharap kalian dapat sukses mencapai mimpi dan harapan kalian.
20. Teruntuk Murhayati terima kasih telah menjadi sahabat dari awal perkuliahan hingga sekarang yang telah menemani hari-hari penulis dan saudara kembar penulis. Penulis tidak pernah membayangkan kita bisa menjadi sahabat yang tetap selalu ada dalam setiap suka maupun duka. Penulis merasa bersyukur dan beruntung dipertemukan dengan sosok sahabat yang MasyaAllah baik hatinya, tulus, dan rasanya tidak akan pernah ada kata cukup untuk menggambarkan persahabatan kita bertiga. Semoga kelak kamu selalu dipertemukan dengan orang-orang yang baik, sebagaimana juga kamu telah memperlakukan penulis dan saudara kembar penulis selama ini.
21. Sahabat selama di perkuliahan Nuraisia Januarti, Irma Wahyuni, Putri Andini, Adinda Fitri, Faral Diva, Azizah Farhani, Puput Alia dan Chita Resti yang selama ini menemani perjalanan selama perkuliahan hingga

terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih untuk kebahagiaan, kehangatan, keceriaan serta semua hal yang sudah dibagikan bersama penulis selama ini. Semoga kebaikan kalian yang tidak bisa penulis ungkapkan semuanya dapat menjadi berkah. Penulis berharap semoga kalian semua dapat sukses dimanapun berada nantinya dan teriring doa selalu untuk kebahagiaan kalian semua.

22. Teman-teman penulis selama menjalani Praktikum Jurnalistik 1, 2 dan 3, mulai dari Paraduta Creative, Flair Project, dan Ishara Media. Terima kasih untuk semua pengalaman dan hal yang sudah dibagikan bersama. Kebersamaan yang telah dilewati dalam menjalani segala proses praktikum akan menjadi memori berharga yang tidak akan pernah terlupakan. Penulis berharap semoga kalian semua dapat sukses mewujudkan segala mimpi dan harapan yang selama ini dicita-citakan, serta nantinya dapat dipertemukan kembali dengan versi terbaik masing-masing.
23. Teruntuk teman-teman kelas IKOM H 2021, terima kasih dan sukses selalu.
24. Teruntuk teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih banyak buat semua dukungan, doa, dan semangat yang sudah diberikan selama ini. Penulis berharap kalian semua diberikan kemudahan dalam mewujudkan segala harapan yang sudah kalian perjuangkan.
25. Teruntuk diri sendiri, Alhamdulillah akhirnya kamu bisa sampai di titik ini. Kamu harus percaya kamu bisa.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Malang, 21 Desember 2025

Penulis



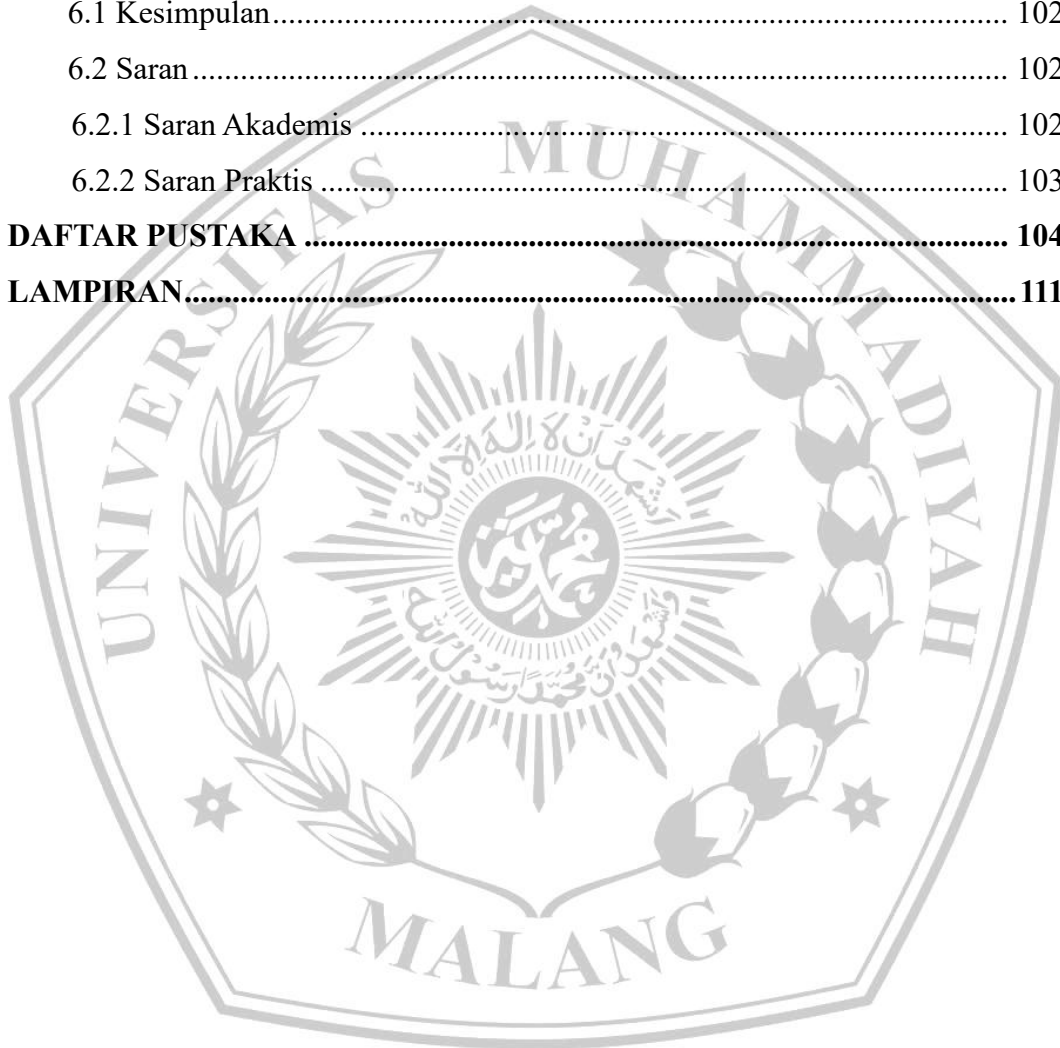
Erfin Putri Ramadhani

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI..... | iv |
| SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI | vi |
| SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH..... | vii |
| LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI..... | viii |
| HASIL CEK PLAGIASI..... | ix |
| BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI..... | x |
| BERITA ACARA SEMINAR HASIL | xi |
| DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| KATA PENGANTAR..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xxii |
| DAFTAR TABEL | xxiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxiv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 9 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 9 |
| BAB II | 10 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Komunikasi Pemasaran | 10 |
| 2.2 Program-program Komunikasi Pemasaran..... | 16 |
| 2.3 Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran..... | 18 |
| 2.4 Penyelenggaraan Komunikasi Pemasaran melalui Instagram dalam Menarik Minat Generasi Z sebagai <i>Volunteer</i> | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 2.5 Penelitian Terdahulu | 37 |
| BAB III..... | 41 |
| METODE PENELITIAN | 41 |
| 3.1 Paradigma Penelitian | 41 |
| 3.2 Pendekatan Penelitian..... | 41 |
| 3.3 Tipe Penelitian | 42 |
| 3.4 Ruang Lingkup Objek Penelitian | 42 |
| 3.5 Sumber Data | 42 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data..... | 44 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 45 |
| 3.8 Uji Keabsahan Data..... | 46 |
| BAB IV..... | 47 |
| GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN..... | 47 |
| 4.1 Gambaran Umum Peduly Malang..... | 47 |
| 4.1.1 Sejarah Peduly Malang | 47 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi Peduly Malang | 48 |
| 4.1.3 Misi dan Tujuan..... | 49 |
| 4.1.4 Fokus dan Program | 49 |
| 4.1.5 Profil Instagram Peduly Malang | 50 |
| 4.1.6 Profil Informan..... | 51 |
| 4.2 Pemasaran Peduly Malang melalui Instagram | 53 |
| BAB V..... | 55 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 55 |
| 5.1 Hasil Penelitian..... | 55 |
| 5.1.1 Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran bagi Peduly Malang 55 | |
| 5.1.2 Tahapan Penyelenggaraan Komunikasi Pemasaran Peduly Malang melalui Instagram dalam Menarik Minat Generasi Z sebagai <i>Volunteer</i> | 56 |
| a) Aspek Share dalam Membagikan Konten di Instagram | 57 |
| b) Aspek <i>Optimize</i> dalam Mengoptimalkan Fitur di Instagram | 64 |
| c) Aspek <i>Manage</i> dalam Mengelola Tim Media Sosial dan Evaluasi..... | 72 |
| d) Aspek <i>Engage</i> dalam Melibatkan <i>Volunteer</i> dan Audiens | 79 |

| | |
|---|------------|
| 5.2 Pembahasan | 85 |
| 5.2.1 Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran bagi Peduly Malang 85 | |
| 5.2.2 Tahapan Penyelenggaraan Komunikasi Pemasaran Peduly Malang melalui Instagram dalam Menarik Minat Generasi Z sebagai <i>Volunteer</i> | 86 |
| BAB VI..... | 102 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 102 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 102 |
| 6.2 Saran | 102 |
| 6.2.1 Saran Akademis | 102 |
| 6.2.2 Saran Praktis | 103 |
| DAFTAR PUSTAKA | 104 |
| LAMPIRAN..... | 111 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Laporan Digital Indonesia 2025 terkait waktu menggunakan media.. | 2 |
| Gambar 1.2 Jumlah persentase platform media sosial favorit berdasarkan gender dan usia. | 3 |
| Gambar 2.1 Logo teori The Circular Model of SOME..... | 33 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Peduly Malang. | 48 |
| Gambar 4.2 Tampilan profil Instagram @pedulymalang. | 50 |
| Gambar 5.1 Tangkapan layar salah satu desain konten Slice of Joy, Activity Recap, dan Message from The Heart. | 58 |
| Gambar 5.2 Kebersamaan volunteer dalam project ecoprint bersama adik-adik panti asuhan. | 60 |
| Gambar 5.3 Tangkapan layar konten Q&A interaksi dengan audiens melalui instastory. | 62 |
| Gambar 5.4 Tangkapan layar poster project Peduly Malang melalui instastory... | 65 |
| Gambar 5.5 Tangkapan layar poster project Peduly Malang melalui unggahan feed. | 66 |
| Gambar 5.6 Tangkapan layar konten feed dan reels project membuat kimbab bersama oma di Yayasan Lansia. | 70 |
| Gambar 5.7 Momen kebersamaan volunteer yang diabadikan oleh staf kreatif saat di YPAC (Yayasan Pembinaan Anak Cacat) di Kota Malang. | 81 |
| Gambar 5.8 Tangkapan layar konten Message from The Heart dalam feed maupun reels. | 82 |
| Gambar 5.9 Tangkapan layar pemenang Volunteer of The Month pada bulan Agustus. | 84 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 37 |
| Tabel 4.1 Profil Informan | 51 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Tabel Reduksi Data..... | 111 |
| Lampiran 2 Tabel Observasi Aktivitas Pengelola Akun Instagram @pedulymalang..... | 125 |
| Lampiran 3 Draft Pertanyaan Wawancara..... | 127 |
| Lampiran 4 Transkrip Wawancara..... | 134 |
| Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara | 154 |



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. F., & Sani, I. (2025). *Digital Marketing Communication* (Cetakan Pe). CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Adha, M. M., Hidayat, O. T., Susanto, E., & Saylendra, N. P. (2018). Esensi Jiwa Volunteerism Warga Negara Muda Dieksplorasi dari Perspektif Keterlibatan Volunteer di Dalam Festival. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Adzani, D. M., & Jumino, J. (2020). Pemanfaatan Podcast dan Instagram Oleh Komunitas Literatif sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(3), 327–342. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.3.327-342>
- Aini, N. (2023). Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5(2), 109–116. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>
- Alawiyah, A., Dewari, M. A., & Nudiya, A. (2025). Kepedulian Generasi Z Terhadap Isu Global. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 5(1), 286–290. <https://doi.org/10.55606/cendekia.v5i1.3527>
- Almukiani, S., Hidayah, W., Fadilah, H., Rahmawati, N., Julianingsih, N., & Mutia, A. (2025). PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MANAJEMEN STRATEGI BAGI GEN Z. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 1–8.
- Arafat, G. Y. (2018). *Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis Gusti Yasser Arafat UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 32–48.
- Ardhana, V. Y. P., Mulyodiputro, M. D., & Hidayati, L. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Bagi Generasi Z Dalam Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(2), 144–159. <https://doi.org/10.57119/abdimas.v2i2.75>
- Ashari, M., & Idris, N. S. (2019). Kemampuan Literasi Digital Generasi Digital Native. *Seminar Internasional Riksa Bahasa XIII*, 1355–1362.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190.
- Diniati, A., Sutarjo, M. A. S., & Primasari, I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM Kabupaten Sumedang. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 553–561. <https://doi.org/10.59395/altifani.v3i4.458>
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., Yulianl, Mohdari, H., Dwita, F., Bachtar, N. K., Lidiana, Sedyoningsih, Y., Abdurohim, Ardyan, E. E., Marlinah, L., Gazali, H., & Rachman, S. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Y. Umaya (ed.)). Ahlimedia Press (Anggota IKAPI: 264/JTI/2020).

- Fadillah, T. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Papistar Melalui Media Sosial Instagram. *Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang*.
- Fairuz, S. (2017). "Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bella Quarta (Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk mempertahankan Loyalitas pada Pelanggan). 2, 124–147.
- Fatmawati, N. (2021). *Berkomunikasi Secara Efektif, Ciri Pribadi yang Berintegritas dan Penuh Semangat*. Artikel KPKNL Semarang.
- Fauziah, S. W. (2024). *DAMPAK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM GAYA HIDUP SISWA DI SMK MUHAMMADIYAH 1 SEMARANG*.
- Felik, Y., Manggu, B., & Kusnanto. (2024). PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN: PENDEKATAN. *MOMIL Mount Hope Management Internasional Journal*, 91–99.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Fisabilillah, A. F., Sugiana, D., & Trulline, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital melalui akun Instagram @ Critoe . 1(1), 184–203.
- Fitrianto, M. E. (2022). PEMASARAN SOSIAL; SEJARAH, ISU, DAN PERKEMBANGAN MASA KINI. *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*, 21(3), 247–270.
- Hendriyono, H. (2022). Rekrutmen SDM Takmir Masjid Pendekatan Volunteer Recruitment. *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 4(2), 253–272. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v4i2.287>
- Heryana, N., WahyuddinYusmah, Zulkarnaini, Sulistiyani, Atichasari, A. S., Simarmata, N., Hadawiah, Triwijayati, A., & Asroni, A. (2023). *Metode Riset Metode Riset Kualitatif Kualitatif* (N. Mayasari (ed.)). Get Press Indonesia.
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Tehnik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Riset Ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 70.
- Ismail, D. T. T. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*, 12(1), 37–47.
- Julmaharani, Ramli, R., & Fajarina. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT MEDIA FAJAR DALAM. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1).
- Kahpi, M. L. (2022). MANAJEMEN KOMUNIKASI PRODI DALAM MENINGKATKAN MINAT DAN BAKAT BAKAT JURNALISTIK DI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI IAIN PADANGSIDIMPUAN. *TADBR Jurnal Manajemen Dakwah*, 4(1).

- Kalibato, J. C. N. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Univeristas Komputer Indonesia.
- Kinanti, D. N., & Erza, E. K. (2020). Analisis Kebutuhan Informasi Generasi Z Dalam Akses Informasi Di Media. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 12(1), 72–84. <https://doi.org/10.37108/shaut.v12i1.303>
- Kulsum, N. M., Dewi, C. P., Salim, A., Studi, P., Komunikasi, I., & Nasional, U. (2022). PERAN AKUN INSTAGRAM YAYASAN SOBAT MENGAJAR INDONESIA DALAM MENARIK MINAT RELAWAN. *Populis : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(2), 261–279.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. 1–171.
- Latifah, A., & Basuki, U. (2021). BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO ANGENTYAS DI KABUPATEN TEMANGGUNG (DESKRIPTIF KUALITATIF BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO ANGENTYAS DI KABUPATEN TEMANGGUNG). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 25–36.
- Linda, Nurfauzi, K. R., & Amalin, K. (2024). Circular Model of SOME dalam Komunikasi Korporasi MYLK di Media Sosial Instagram. *ANALOGI Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 32–47. <https://doi.org/10.61902/analogi.v2i2.1026>
- Lisawati. (2021). *Peranan Volunteer Dalam Upaya Peningkatan Pelayanan Prima Di Upt. Perpustakaan Universitas Syiah Kuala*. 74.
- Listianingrum, R., Fitriana Poerana, A., & A. Arindawati, W. (2021). Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11–23. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1309>
- Liubana, I. W., & Setyanto, Y. (2022). *Analisis Peranan dan Penggunaan Media Sosial dalam Mengomunikasikan Informasi di Komunitas 234SC Jakarta Utara*. 199–204.
- Lubis, S. N., & Nasution, M. I. P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Pandemi Pada Akun @pandemictalks. *J-Ika*, 10(1), 29–36. <https://doi.org/10.31294/kom.v10i1.15733>
- Marsudi, E., Putri, S. E., Tingga, C. P., Natalina, S. A., Fardiansyah, H., Marsam, Faradilla, C., Maheswari, H., Putri, S. I., Satyanegara, D., Sudirman, A., Rizkia, N. D., & Rayhaniah, S. A. (2022). *Manjaemen Pemasaran*. 219–233.
- Martha, A., Suri, A., Putri, Y. R., & Sari, Y. N. (2024). *Pengertian Komunikasi, Komunikasi Antarbudaya dan Sistem Komunikasi*. 8(3), 50356–50365.
- Maslahatun, Pricilia, M., Aulia, R., & Ruga, Z. A. L. (2025). Strategi Pemasaran Media Sosial dalam Meningkatkan Keterlibatan dan Loyalitas Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 361–371.

- Mulyadi, R. M., Sani, E. P., Nicholas, & Tamara. (2023). Pengaruh Fitur-fitur Instagram Terhadap Pemasaran Supp.Id pada Platform Social Media Instagram. *Journal of Social Science and Digital Marketing (JSSDM)*, III(1), 1–8.
- Mustakim, N., & Priyono, B. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi DKI Jakarta. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1).
- Mustofa. (2019). PERAN HASHTAG (#) DALAM MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA BRANDING PUSTAKAWAN. *Libraria Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta*, 7(1), 19–38.
- Nafisah, Y. F., & Jannah, M. (2024). Penggunaan media sosial pada Generasi Z (use of social media in Generation Z). *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(02), 705–713.
- Nanda, F. P. (2024). *Bidik Mahasiswa, Pertumbuhan Bisnis Dekat Kampus Paling Pesat di Kota Malang*. Jawa Pos Radar Malang.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). KAJIAN TENTANG EFEKTIVITAS PESAN DALAM KOMUNIKASI. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Oktivera, E., & Melisatinny, G. V. (2021). Stimulus Promosi Penjualan Produk Bubble Tea pada Aplikasi Digital Payment Membentuk Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 7(1), 99–113.
- Permana, E., Wulandari, A., Fadilah, R. A., & Syamsurizal. (2024). Strategi Key Opinion Leader (KOL) Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Wardah. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(3), 198–211. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i3.483>
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis jenis komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3), 29–37.
- Prasetyo, D., Widiantari, M. M., Sejati, V. A., Studi, P., Komunikasi, I., & Madiun, U. M. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran “ Lensa Samid ” dalam Meningkatkan Pelanggan melalui Instagram. *Indonesian Social Science Review (ISSR)*, 2(2), 49–59.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). MEDIA SOSIAL (DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- Radianto, E. (2023). *Interpretasi Modern tentang Teori dan Filosofis Penelitian Elia*. XXXII(1), 56–74.
- Rahma, A. A., & Wempi, J. . (2023). Strategi Komunikasi Voluntrip dalam Menumbuhkan Partisipasi Kaum Zillennial pada Kegiatan Sosial. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 246–260. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1322>

- Ramadani, N. A., & Normawati, R. A. (2025). *Insight Instagram Berdasarkan Jenis Postingan Instagram pada “@ pateron . blitar ” Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2023*. 5(December), 148–156.
- Ramadhan, I., & Hardiansyah, M. A. (2021). Modal Sosial Pada Komunitas Supermoto (Studi Kasus Pada Komunitas Supermoto Indonesia Pontianak). *Hermeneutika*, 7(2), 20–31.
- Rifai. (2023). *Gen-Z Harus Diperkuat dengan Karakter Kritis dan Kepekaan Sosial*. Universitas Negeri Semarang.
- Rivaldi, A., Feriawan, F. U., & Nur, M. (2023). Metode pengumpulan data melalui wawancara. *Sebuah Tinjauan Pustaka*, 1–89.
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>
- Salsabila, A. (2023). *Social Marketing: Pengertian, Tujuan, dan Contohnya*. Lindungi Hutan.
- Saraan, M. R. G., Arwansyah, O. D., Fatmawati, E., & Suharyanto, A. (2025). Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Pemasran: Analisis Efektivitas dan Implementasi. *Economics, Business and Management Science Journal*, 5(1), 147–155.
- Sawitri, D. R. (2022). Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul. *Artikel Perkembangan Karier Generasi Z*, 1–17.
- Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*.
- Setiadji, A. R. A., Kusumaningtyas, S., & Juniarti, J. E. (2023). Persepsi Milenial terhadap Stereotipe Gen Z. *Prosiding Seminar Nasional*, 103–113.
- Sholihah, M.-A., & Cindoswari, A. R. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PANTAI VIO-VIO DI KOTA BATAM. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 37–46.
- Shuhef. (2025). *Self Disclosure Pada Kalangan Gen Z Di Media Sosial Instagram Tahun 2024*. UNIVERSITAS NASIONAL.
- Situmorang, W. R., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri (SOCIAL MEDIA, INSTAGRAM, AS A FORM SELF VALIDATION AND REPRESENTATION). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118.
- Sukmarani, A. F. (2023). *PROSES PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @JIMSHONEY.SMG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI “THE CIRCULAR MODEL OF SOME.”*
- Sulthan, M. (2017). Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Purbalingga (Studi Pada Analisis Komunikasi Pariwisata Berbasis Digital). *Prosiding*

Seminar Dan Call for Paper, 1(1), 215–224.

- Sutresna, A. S., & Saputro, E. H. (2023). STRATEGI PEMASARAN SOSIAL INDORELAWAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT MENJADI RELAWAN DALAM KAMPANYE “TEMALI PROJECT). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah, 11(1)*, 109–124. <https://doi.org/10.33592/dk.v11i1.3483>
- Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., Setiawan, Y. B., Simatupang, S., Sari, O. H., Saragih, L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran* (R. W. & J. Simarmata (ed.)). Yayasan Kita Menulis Web:
- Tesalonika, M., & Junaidi, A. (2023). Strategi Komunikasi Cakra Abhipraya Responsif di Instagram dalam Mengajak Gen Z pada Program Kemanusiaan. *Koneksi, 7(1)*, 136–142. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21312>
- Trisnajaya. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Akun Media Sosial @virtually . samanthaannisa di Instagram. *JURNAL AUDIENS, 5(4)*.
- Ulandhari. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI SYIRKAH AQIQAH SURABAYA*.
- Umaroh, L., Pratiwi, M. R., & Mukaromah. (2025). URGENSI KOMUNIKASI EFEKTIF BAGI VOLUNTEER PKBI KOTA SEMARANG MELALUI PELATIHAN PUBLIC SPEAKING. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(11)*, 2205–2214.
- Umbara, F. W. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis, 4(2)*, 572–581.
- Utami, N. F., & Yulianti, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations, 2(2)*. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>
- Wandira, B. A., Fitriana, & Agusdianita, N. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Karakter Gen Z. *Temu Ilmiah Nasional Guru XVI, 16(November)*, 296–301.
- Widyaputri, N., Suwu, E. A. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram dalam Pemasaran Bisnis Online Shop di Kota Manado. *Journal Ilmiah Society, 2(2)*, 1–9.
- Wijaya, M. F. F., Hakim, L., Romadhon, N. H., & Putri, S. (2025). CHESTER : Art and Design Journal STRATEGI VISUAL BRANDING DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL. *CHESTER : Art and Design Journal, 1(2)*, 14–26.
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI LIBRARY BASED COMMUNITY (STUDI KASUS KOMUNITAS PERPUSTAKAAN JALANAN SOLO @Koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan, 7(2)*, 21–30.
- Zuniananta, L. E. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi

202110040311397
Erfin Putri Ramadhani
Prodi Ilmu Komunikasi

Informasi Di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37–42.

