

REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202166324, 18 November 2021

Pencipta

Nama : **Ade Irma Sukmawati, S.Sos., M.A. dan Akhmad Afnan, S.E., M.Acc.**

Alamat : Jl.Sulawesi XIV AK 24, Sono, Sinduadi, Mlati, Sleman, DI
YOGYAKARTA, 55284

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Ade Irma Sukmawati, S.Sos., M.A. dan Akhmad Afnan, S.E., M.Acc.**

Alamat : Jl.Sulawesi XIV AK 24, Sono, Sinduadi, Mlati, Sleman, DI
YOGYAKARTA, 55284

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Laporan Penelitian**

Judul Ciptaan : **Analisis Tingkat Dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota
Yogyakarta Pada Aplikasi Instagram Tahun 2019**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 10 Desember 2019, di Yogyakarta
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh
puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1
Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000288297

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Dr. Syarifuddin, S.T., M.H.
NIP.197112182002121001

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN PEMULA (PDP)**



**ANALISIS MODEL PEMASARAN PRODUK MELALUI KOMIK *STRIP*
DALAM AKUN INSTAGRAM TAHILALATS**

Oleh :

Ade Irma Sukmawati, S.Sos., M.A (Ketua) NIDN : 0514128302

Akhmad Afnan, S.E., M.Acc (Anggota) NIDN : 0501079101

Dibiayai oleh :

Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat

Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan

Kementerian Ristek, Teknologi dan Pendidikan Tinggi

Sesuai dengan kontrak Penelitian Dosen Pemula

Nomor : 111/SPH/LT/DRPM/2019

UNIVERSITAS TEKNOLOGI YOGYAKARTA

November, 2019

Berita Acara Serah Terima Laporan Akhir



YAYASAN DHARMA BHAKTI IPEK

UNIVERSITAS TEKNOLOGI YOGYAKARTA

Kampus 1: Jl. Siliwangi (Ringroad Utara), Jombor, Sleman D.I. Yogyakarta - Indonesia 55285 | Telp. +62-274-623310 (Hunting) | Faks. +62-274-623306
Kampus 2: Jl. Giyoghsari No. 63 Yogyakarta, D.I. Yogyakarta - Indonesia 55164 | Telp. +62-274-373955 | Faks. +62-274-381212
Kampus 3: Jl. Prof. Soepomo, SH. No. 21 Yogyakarta, D.I. Yogyakarta - Indonesia 55165 | Telp. +62-274-379204 | Faks. +62-274-415801

BERITA ACARA SERAH TERIMA LAPORAN AKHIR PENELITIAN DOSEN PEMULA

Pada hari ini Jumat, tanggal Lima Belas November tahun Dua Ribu Sembilan Belas, kami yang bertandatangan dibawah ini :

1. Nama : Ifah Rofiqoh, SE., M.Si., Ak., CA
NIK : 110798032
Jabatan : Ketua LPPM-UTY
Alamat : Jl. Siliwangi (Ringroad Utara Jombor Sleman Yogyakarta)

Sebagai Ketua LPPM Universitas Teknologi Yogyakarta, bertindak untuk dan atas nama Perguruan Tinggi tersebut, untuk selanjutnya disebut **Pihak Pertama**.

2. Nama : Ade Irma Sukmawati, S. Sos., MA.
NIDN : 0514128301

Sebagai pelaksana **Penelitian** tahun 2019 yang berkedudukan di Yogyakarta, dalam hal ini bertindak sebagai Peneliti dengan judul: **"Analisis Model Pemasaran Produk Melalui Komik Strip dalam Akun Instagram Thailalats"**, selanjutnya disebut **Pihak Kedua**.

Berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sesuai dengan keperluan.

Pihak Pertama



Ifah Rofiqoh, SE., M.Si., Ak., CA
NIK. 110798032

Pihak Kedua

Ade Irma Sukmawati, S. Sos., MA.
NIDN. 0514128301



YAYASAN DHARMA BHAKTI IPEK

UNIVERSITAS TEKNOLOGI YOGYAKARTA

Kampus 1: Jl. Silwangi (Ringroad Utara), Jombor, Sleman D.I. Yogyakarta - Indonesia 55285 | Telp. +62-274-623310 (Hunting) | Faks. +62-274-623306
Kampus 2: Jl. Glagahsari No. 63 Yogyakarta, D.I., Yogyakarta - Indonesia 55164 | Telp. +62-274-373955 | Faks. +62-274-381212
Kampus 3: Jl. Prof. Soepomo, SH. No. 21 Yogyakarta, D.I., Yogyakarta - Indonesia 55244 | Telp. +62-274-415801 | Faks. +62-274-415801

SURAT PERNYATAAN

LAPORAN AKHIR PELAKSANAAN PENUGASAN PENELITIAN DOSEN PEMULA

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ade Irma Sukmawati, S. Sos., MA.
NIDN : 0514128301

Menyatakan bahwa Penelitian yang didanai Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi dengan hibah Pengabdian dengan judul **"Analisis Model Pemasaran Produk Melalui Komik Strip dalam Akun Instagram Thailalats"** telah dilaksanakan sesuai dengan yang direncanakan dalam proposal penelitian.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui
Dekan,
Fakultas Bisnis, Psikologi & Komunikasi



Junaidi, M. Si., Ak., CA., CSRS.
NIK. 100399020

Yogyakarta, 15 November 2019
Ketua Peneliti

Ade Irma Sukmawati, S. Sos., MA.
NIDN. 0514128301

Menyetujui Ketua LPPM



Ifah Rotiqoh, SE, M. Si., Ak., CA
NIK. 110798032

Laporan Akhir Unggah

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun

C. **HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN:** Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian dapat berupa data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

disarankan seringkasan mungkin. Dilarang menghapus/memodifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

Bab I

Latar Belakang

Penelitian pada konten pemasaran dalam media sosial ini dilakukan sebab munculnya fenomena baru pada bentuk pemasaran dalam media sosial yang disajikan dengan cara menarik serta kreatif. Secara khusus, pemilihan amatan pada akun media sosial instagram @tahilalats. Akun media sosial instagram @tahilalats menjadi pionir dalam tampilan pesan pemasaran melalui komik strip. Pesan pemasaran dalam media sosial instagram didominasi oleh testimoni penggunaan sebuah produk. Akun @tahilalats justru menampilkan konten pemasaran dengan gaya kreatif yang dianggap 'anti-mainstrim' sehingga menari untuk dikaji lebih lanjut.

Akun @tahilalats dalam media sosial instagram mulai memproduksi konten pemasaran produk di tahun 2016 berbentuk komik strip yang sarat dengan pesan humor dan menarik. Dimulai dengan menampilkan iklan shampoo, gaya pesan pemasaran dalam akun @tahilalats dikemas dengan beragam ide menarik dalam pakem komik strip. Pesan pemasaran melalui komik strip kemudian berkembang dengan sangat pesat hingga kini. Tercatat sejumlah akun serupa dengan @tahilalats yang menggunakan komik sebagai media pemasaran.

Akun @tahilalats dengan pesan pemasaran melalui komik strip memberikan khasanah baru dalam pemasaran produk. Tampilan pesan pemasaran melalui komikstrip dalam akun @tahilalats membuka peluang untuk dilakukan penelitian pada respon khalayak pengikutnya terhadap pesan pemasaran yang dikemas oleh @tahilalats.

Bab II

Metode

Metode riset yang digunakan dalam penelitian terhadap respon pesan pemasaran dalam akun @tahilalats adalah metode riset kualitatif fenomenologi. Metode riset kualitatif fenomenologi dipilih sebab pesan pemasaran dengan bentuk komik strip adalah cara baru yang belum dapat diukur efektifitasnya sebelum diketahui bagaimana respon khalayak terhadap pesan tersebut. Metode riset kualitatif fenomenologi ini juga memberikan ruang untuk pengumpulan informasi terhadap sebuah fenomena.

Paradigma dalam pelaksanaan penelitian fenomenologi bertumpu pada makna yang dihasilkan dari pengalaman kesadaran yang dilakukan dengan mendalam dan teliti (Smith, et al. 2009 : 150)¹. Dilakukan dengan pendekatan kualitatif, paradigma fenomenologi mampu memberikan gambaran yang relatif lengkap dalam melakukan analisis yang berfokus pada sosial-humaniora. Paradigma penelitian fenomenologis berfokus pada satuan amatan yang berada pada level kesengajaan atau intentionality. Level intentionality ini kemudian dapat diamati secara rinci dengan melakukan wawancara dan focus group discussion sehingga respon yang menyusun makna pada informan dapat ditangkap secara rinci. Hal ini dapat memberikan petunjuk pada relasi antar konsep maupun teks yang dimunculkan sebagai sikap keseharian sehingga pendekatan interpretative praktis dapat diaplikasikan dalam memahami fenomena (Schulz dalam Smith, 2009 : 15)².

Pelaksanaan penelitian dengan metode kualitatif fenomenologis dilakukan dalam tiga tahapan yakni :

Identifikasi fenomena

Identifikasi fenomena adalah tindakan untuk mengenali dan memilah sebuah fenomena. Identifikasi fenomena dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan awal yang meliputi pencatatan bentuk dan jenis pesan pemasaran dalam media sosial instagram. Dalam pelaksanaan pengamatan, peneliti melakukan pemilahan dan menentukan jenis pesan pemasaran.

Peneliti kemudian mengidentifikasi bagaimana konstruksi jenis pesan pemasaran yang muncul dalam platform media sosial instagram. Pada tahapan ini identifikasi pada fenomena juga menemukan ciri khas pesan pemasaran dalam media sosial instagram.

Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk menemukan perbandingan antara penelitian sebelumnya dan rencana penelitian yang akan digagas. Studi pustaka dilakukan untuk menentukan pemosisian penelitian sehingga mengetahui kekhasan dan kebaruan penelitian. Ancangan penelitian dalam studi pustaka adalah penelitian pemasaran dengan menggunakan media sosial.

Penelitian pemasaran seputar media sosial sebelumnya membahas efektifitas pemasaran³ dan strategi pemasaran⁴ menggunakan media sosial. Belum adanya penelitian pada fenomena penggunaan komik strip untuk pesan menjadikan penelitian ini memiliki kekhasan serta kebaruan sehingga dapat menambah ragam penelitian pada ranah pemasaran.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melaksanakan diskusi berkelompok atau FGD (Focus Group Discussion). FGD dilakukan dalam empat tahap, dimana setiap tahapnya membahas isu-isu terkait pesan pemasaran dalam akun @tahilalats. Salah satu isu yang dibahas adalah penggunaan simbol yang dipilih dalam konstruksi pesan pemasaran oleh akun @tahilalats.

FGD dilaksanakan setiap pekan dengan peserta dari beragam latar belakang. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan respon yang beragam dari informan peserta FGD.

Respon yang dihasilkan dalam FGD ini adalah respon dalam bentuk tulisan, pendapat secara langsung serta gesture tubuh peserta pada saat pelaksanaan kegiatan. Respon-respon yang mereka berikan tercatat sebagai data penelitian yang selanjutnya dianalisis sehingga dapat memberikan gambaran serta informasi pada pesan pemasaran yang dikonstruksi dalam akun @tahilalats pada media sosial instagram.

Dalam pelaksanaan FGD ini juga membahas beberapa isu sensitif yang muncul dalam pesan pemasaran dalam akun @tahilalats, salah satunya adalah penggunaan beberapa simbol yang dikenali sebagai bagian dari kepercayaan kelompok tertentu.

Analisis

Penyusunan analisis menggunakan metode ini dilakukan dengan cara menggabungkan data temuan dalam observasi dengan studi pustaka. Penyusunan analisis dengan cara menggabungkan kedua aspek tersebut dilakukan untuk mendapatkan hasil yang optimal dan spesifik sehingga hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi penelitian lanjutan.

Hasil analisis yang rinci serta spesifik juga dapat menjadi salah satu indikator bagi keberhasilan penelitian. Kemampuan mengidentifikasi dan mengartikulasikan data penelitian dapat memberikan masukan serta perspektif baru untuk memahami sebuah fenomena.

Dari ketiga penjabaran tahapan di atas, pelaksanaan penelitian dengan metode kualitatif fenomenologis diringkas dalam bentuk tabel. Ringkasan dalam bentuk gambar memberikan kemudahan dalam memahami tahapan pelaksanaan penelitian.

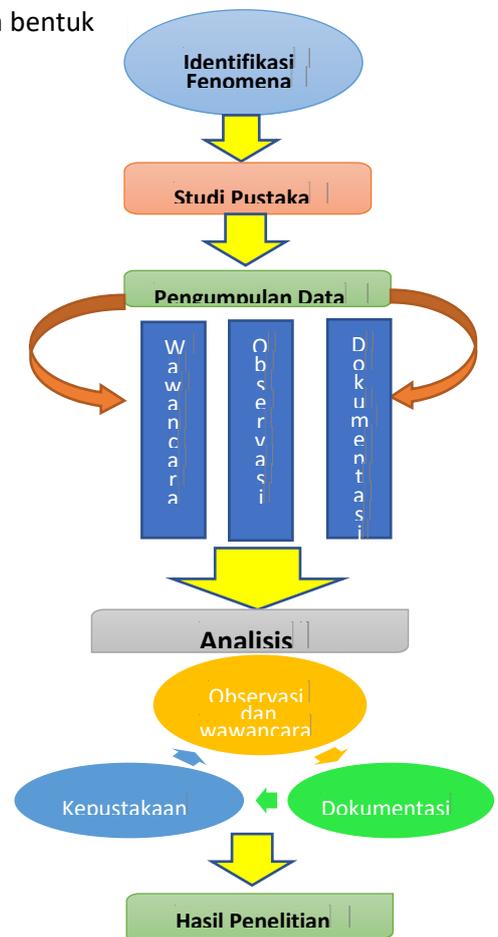


Figure 1: Tahapan Penelitian

Bab III

Hasil Penelitian

Penelitian pada analisis model pemasaran menggunakan komik strip pada akun @tahilalats dalam media sosial instagram dibahas dengan berfokus pada kegiatan FGD dan analisis data temuan. Pembahasan pada kedua hal tersebut menjad ancangan bagi penarikan kesimpulan penelitian yang akan dinahas pada bagian lain dalam artikel ini.

Pengumpulan data melalui FGD (Focus Group Discussion) dibagi menjadi empat bagian. Pembagian ini dilakukan sebab FGD penelitian dilakukan sebanyak empat kali. Pelaksanaan FGD dilakukan setiap satu pekan sekali sehingga jeda antara pelaksanaan FGD tidak terlalu jauh.

Hal ini dilakukan sebab perlunya pengkodisian peserta FGD agar data yang diperoleh dapat memiliki kualitas baik. Setiap pekannya peserta FGD diminta untuk mengamati akun @tahilalats dan beberapa akun dalam media sosial instagram, yang menggunakan komik sebagai penyampai pesan pemasaran.

Beberapa akun tersebut antara lain @kekomukan, @sinopal, @ciayocom. Akun-akun tersebut dipilih untuk membandingkan sekaligus mempermudah informan dalam melakukan pengamatan terhadap akun @tahilalats sehingga pesan pemasaran yang dikonstruksi dapat lebih mudah dipahami.

Pengamatan pada akun media sosial instagram @tahilalats dan akun sejenis tidak hanya berfokus pada cara pemasaran semata, namun penggunaan simbol-simbol dan pilihan kata dalam pesan yang dipilih dan muncul dalam gambar tersebut.

FGD pertama berlangsung pada 17 Juli 2019 mulai pukul 16.00 s/d pukul 18.00. Dalam FGD pertama ini peneliti berfokus untuk menggali pemahaman informan pada akun media sosial instagram @tahilalats. Penggalan pemahaman pada akun media sosial instagram @tahilalats dilakukan untuk mengetahui persepsi awal informan terhadap akun ini.

Selain penggalan persepsi informan pada akun media sosial instagram @tahilalats, peneliti juga melakukan penggalan pemahaman pada akun-akun sejenis yakni ; @kekomukan, @sinopal dan @ciayocom. Terdapat tiga buah pertanyaan yang menjadi panduan diskusi pada pertemuan pertama yakni ; apa yang diketahui oleh informan dari keempat akun tersebut, bagaimana pendapat informan mengenai keempat akun tersebut dan ciri khas dari masing-masing akun.

Selama sesi diskusi berlangsung peneliti melakukan penyederhanaan pada respon informan terhadap keempat akun yang menjadi amatan dalam bentuk tabel berikut ini :

Informan	Respon	Ket.
1	Lisan : Menyatakan bahwa keempat akun tersebut menghibur dan lucu. Menyatakan bahwa secara grafis,	

	tampilan gambar dalam akun @tahilalats lebih menarik.	
2	Menuliskan : Akun @tahilalats memiliki gaya humor yang berbeda dan perlu dipahami lebih lanjut	
3	Menuliskan : Akun @sinopal memiliki bentuk gambar yang aneh dibanding akun lain	
4	Menuliskan : Akun @kekomukan adalah akun yang informatif dan kreatif dalam menyampaikan sebuah informasi yang berbentuk gambar	
5	Lisan : Menyetujui pendapat informan pertama dan menambahkan bahwa akun @tahilalats memiliki kekhasan dalam tampilan gambar.	
6	Lisan : Menyatakan bahwa akun @kekomukan memiliki kualitas gambar yang lebih baik serta informatif	
7	Lisan : Menyetujui pendapat informan lima dan menambahkan bahwa akun @tahilalats	

	konsisten dengan tampilan visual komik stripnya.	
8	Lisan : Menyatakan bahwa akun @sinopal lebih menarik sebab jenis unggahannya lebih bervariasi	
9	Lisan : Menyatakan bahwa keempat akun ini sulit dibandingkan secara seimbang sebab dua dari empat yakni akun @sinopal dan @ciayocom, memiliki unggahan berbentuk video singkat.	
10	Lisan : Menyatakan bahwa keempat akun tersebut tidak hanya menghibur namun juga memberikan edukasi bagi pengikutnya.	

Table 1: Ringkasan Data FGD-1

Merujuk pada ringkasan data tabel di atas, dapat dipahami bahwa seluruh informan memiliki penilaian beragam pada keempat akun. Secara garis besar dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan FGD pertama informan telah dapat mengidentifikasi dan menemukan ciri khas dari masing-masing akun yang menjadi amatan.

Seluruh informan FGD juga dapat menjabarkan pemahaman mereka secara rinci dan jelas sehingga diperoleh data penelitian yang menyatakan bahwa akun media sosial @tahilalats lebih disukai dan mampu menarik perhatian informan. Selain itu, akun @tahilalats juga memiliki ciri khas yang mudah dikenali lewat tampilan empat babak komik strip di setiap unggahannya.

FGD kedua dilaksanakan pada 24 Juli 2019 mulai pukul 16.00 s/d 18.00. dalam FGD kedua ini berfokus untuk menggali pemahaman informan pada estetika dan etika dalam unggahan keempat akun tersebut. Terdapat lima pertanyaan yang menjadi panduan diskusi pada FGD kedua penelitian ini.

Pertanyaan panduan tersebut yakni ; apa yang dipahami informan mengenai estetika dalam karya visual keempat akun, apa yang dipahami oleh informan mengenai etika dalam karya visual keempat akun, mana yang lebih penting, apakah estetika atau etika dalam sebuah karya, apakah

estetika memiliki batasan dan yang terakhir apakah selera khalayak dapat mempengaruhi etika dan estetika sebuah karya visual.

Selama sesi diskusi berlangsung peneliti melakukan penyederhanaan pada respon yang diberikan oleh informan terhadap keempat akun yang menjadi amatan dalam bentuk tabel berikut ini :

Informan	Respon	Ket.
1	Menuliskan : Estetika adalah hal penting yang sebaiknya tidak melanggar etika	
2	Menuliskan : Etika dan estetika adalah dua hal yang berbeda sehingga tidak dapat langsung digabungkan atau dibandingkan namun saling melengkapi	
3	Lisan : Menyatakan bahwa estetika tidak seharusnya melanggar etika, khususnya etika budaya dan agama. Pada beberapa unggahan dalam akun @kekomukan tidak mempertimbangkan etika sehingga tampilan visual gambar kurang bias dikonsumsi oleh pengguna dengan usia anak dan remaja.	
4	Lisan : Menyatakan bahwa estetika tidak lebih penting dari etika sebab jika mengedepankan	

	<p>estetika saja maka akan dapat terjerumus pada pornografi berkedok estetika. Informan menyatakan bahwa dari keempat akun tersebut tidak memiliki permasalahan dalam etika sehingga karyanya dapat dinikmati semua umur. Argumen ini bertumpu pada tampilan visual keempat akun cenderung bermuatan humor dan menghibur</p>	
5	<p>Lisan : Menyetujui pendapat informan empat dan menyanggah pendapat informan ketiga yang menyatakan bahwa akun @kekomukan tidak mengedepankan etika. Menurutnya estetika dan pornografi adalah dua hal yang berbeda sehingga tidak bias dibandingkan secara seimbang.</p>	
6	<p>Lisan : Menyatakan bahwa keempat akun tersebut memiliki estetika yang berbeda satu dengan lainnya. Menurut responden enam etika erat kaitannya dengan</p>	

	<p>budaya dan kesepakatan norma dalam masyarakat sehingga sifat etika tidak kaku.</p>	
7	<p>Lisan : Menyetujui pendapat informan tiga yang menyatakan bahwa akun @kekomukan kurang cocok dikonsumsi segala usia sebab beberapa tampilan visualnya agak vulgar. Menurut informan tujuh, etika tidak berlaku relative tapi berlaku secara universal sebab etika menjadi dasar dari norma</p>	
8	<p>Lisan : Menyatakan bahwa etika dan estetika dapat berjalan beriringan namun kita tidak bisa berfikiran sempit sebab jaman selalu berubah. Informan delapan cukup keras dalam menyatakan ketidaksetujuannya pada pendapat informan tiga dan enam</p>	
9	<p>Lisan : Menyatakan bahwa tampilan karya visual keempat akun tidak memiliki masalah secara etika maupun estetika, sebaiknya karya visual dari keempat akun tersebut direspon</p>	

	sebagai konten hiburan saja tidak perlu dianalisis hingga mendalam unsur etika dan estetikanya.	
10	Menuliskan: Menyatakan bahwa pendapat informan tiga dan enam adalah benar, serta perlu ada edukasi dari orang tua pada anak untuk memilih karya visual yang dikonsumsi	

Table 2: Ringkasan Data FGD-2

Mengacu pada ringkasan informasi yang disampaikan oleh informan dalam tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa fokus pembahasan terhadap etika dan estetika sebuah karya visual dalam media sosial memiliki beragam sudut pandang. Ditilik dari sudut pandang pentingnya etika menghasilkan sebuah informasi dan respon terhadap pentingnya etika dalam sebuah karya.

Etika adalah penyusun norma yang dapat menjadi rujukan khalayak dalam bersikap dan berinteraksi satu dengan lainnya. Etika juga menjadi salah satu unsur yang melindungi kepentingan dan keberlangsungan hidup khalayak sehingga tatanan hidup dalam masyarakat dapat berjalan dengan baik.

Meski memiliki sudut pandang yang berbeda, beberapa informan menyatakan bahwa ada hubungan antara etika dan estetika. Pemahaman hubungan tersebut hendaknya tidak perlu dibuat rumit sebab karya yang muncul pada keempat akun tersebut sejatinya bersifat menghibur.

FGD ketiga berlangsung pada tanggal 31 Juli mulai pukul 16.00 s/d 18.00. FGD ketiga ini berfokus untuk membahas simbol-simbol dalam unggahan keempat akun media sosial instagram yang diamati oleh informan.

Terdapat dua pertanyaan yang menjadi panduan dalam pelaksanaan diskusi kali ini yakni : simbol apa saja yang digunakan dalam unggahan keempat akun dan konsistensi penggunaan simbol tersebut oleh keempat akun.

Selama sesi diskusi berlangsung peneliti melakukan penyederhanaan pada respon informan terhadap keempat akun yang menjadi amatan dalam bentuk tabel berikut ini :

Informan	Respon	Ket.
1	Lisan : Menyatakan bahwa simbol-simbol yang digunakan wajar dan tidak memiliki	

	kesalahan dalam penggunaannya.	
2	Lisan : Menyatakan bahwa simbol yang digunakan adalah simbol yang sudah dikenal oleh khalayak, misalnya jas sebagai pakaian kantoran dalam beberapa unggahan dari keempat akun untuk menunjukkan profesi seseorang.	
3	Lisan : Menyatakan bahwa simbol warna paling banyak digunakan oleh keempat akun namun hanya akun @tahilalats yang konsisten menggunakannya. Contoh pada unggahan iklan Lazada, tahilalats selalu menggunakan warna biru, selain Lazada akun @tahilalats menghindari penggunaan warna biru tersebut	
4	Lisan : Menyatakan bahwa beberapa simbol yang digunakan cenderung kurang sesuai sebab dapat menyinggung kepercayaan orang lain. Unggahan simbol tersebut terdapat pada akun @sinopal, @ciyaocom dan @tahilalats	
5	Menuliskan : Simbol-simbol yang digunakan masih umum, tidak perlu dibahas secara detail	

6	Lisan : Menyatakan bahwa perlu ada control dari pengikut akun jika simbol yang digunakan dapat menyinggung kepercayaan orang lain	
7	Lisan : Menyatakan bahwa terdapat beberapa simbol yakni ; warna, simbol pakaian, simbol salib, bintang, peci, kerudung, pakaian seksi, pakaian kantoran dan simbol kekayaan seperti hp, uang, perhiasan, mobil, dll. Penggunaan simbol harus dipilah sehingga tidak menimbulkan masalah meskipun bertujuan untuk hiburan.	
8	Lisan : Menyatakan persetujuan pada pendapat informan empat.	
9	Lisan : Menyatakan simbol yang digunakan hanya untuk menambah kesan lucu pada unggahan sehingga tidak perlu membesar-besarkan pembahasan hingga menyentuh ranah kepercayaan	
10	Lisan : Menolak pernyataan informan empat yang menyatakan bahwa penggunaan simbol dapat menimbulkan permasalahan dan sentiment negative. Mempertegas penggunaan simbol	

	dalam unggahan hanya untuk tujuan menghibur	
--	---	--

Table 3: Ringkasan Data FGD-3

Mengacu pada ringkasan data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan simbol dalam unggahan keempat akun memiliki beragam persepsi. Mayoritas menyepakati bahwa penggunaan simbol hanya untuk bertujuan sebagai pelengkap, meski beberapa merasa penggunaan simbol dalam unggahan dapat memicu permasalahan lebih lanjut.

Salah satu informan, yakni informan tiga cukup jeli dalam menemukan konsistensi penggunaan simbol pada unggahan @tahilalats. Menurutnya simbol yang konsisten digunakan secara langsung dapat menjadi upaya branding produk sehingga mudah dikenali oleh khalayak.

Simbol sebagai salah satu aspek penting dalam pesan pemasaran perlu dikonstruksi secara konsisten agar khalayak dapat menangkap pesan pemasaran yang dimunculkan oleh pembuat konten.

FGD terakhir atau keempat dilaksanakan pada tanggal 7 Agustus 2019 mulai pukul 16.00 s/d 19.15. Pelaksanaan FGD terakhir memakan waktu yang cukup lama sebab dilaksanakan pentupan diskusi dan pembagian souvenir bagi informan.

Berfokus pada penggabungan pemahaman pada analisis sebelumnya, FGD keempat ini mengamati dan menganalisis pemosisian akun @tahilalats yang memproduksi pesan pemasaran.

Selama sesi diskusi berlangsung peneliti melakukan penyederhanaan pada respon yang diberikan oleh informan terhadap akun @tahilalats yang menjadi amatan dalam bentuk tabel berikut ini :

Informan	Respon	Ket.
1	Lisan : Menyatakan bahwa akun @tahilalats adalah akun yang mudah dikenali setiap unggahannya sebab memiliki ciri khas dan konsisten baik dalam durasi unggahan dan tampilan visual yang berbentuk komik strip	

2	Lisan : Menyatakan bahwa akun @tahilalats adalah pionir akun berbasis komik yang mengemas humor sebagai konten utamanya	
3	Lisan : Menyatakan bahwa akun @ tahilalats adalah akun dengan segmentasi spesifik serta perlu dipahami lebih dalam agar dapat diketahui maksud dari pesan yang disampaikan	
4	Menuliskan : Menyatakan bahwa akun @tahilalats kurang cocok untuk menyampaikan pesan pemasaran sebab sering susah dipahami maksudnya	
5	Lisan : Menyatakan bahwa dalam penyampaian pesan pemasaran, akun @tahilalats tidak menjabarkan secara gamblang. Perlu mencari keterangan tambahan melalui hestek maupun dalam kolom komentar.	
6	Lisan : Menyatakan bahwa akun @tahilalats menghibur dan kreatif dalam menyampaikan pesan pemasarannya	
7	Lisan : Mendukung	

	<p>pernyataan informan lima dan menambahkan bahwa akun @tahilalats kurang sesuai untuk pemasaran</p>	
8	<p>Lisan : Menyatakan bahwa akun @tahilalats dalam menyampaikan pesan pemasarannya menggunakan simbol-simbol yang rumit dan butuh kejelian dalam memahami. Penggunaan akun @tahilalats untuk pemasaran produk sepertinya kurang efektif sebab tidak menjelaskan produk secara gamblang</p>	
9	<p>Menuliskan : Sebaiknya akun @tahilalats digunakan untuk memperkenalkan produk saja, tidak untuk menjual produk</p>	
10	<p>Lisan : Menyetujui pendapat informan tiga dan menyatakan bahwa sulit untuk menjual produk jika memasarkan pada kelompok yang spesifik, pangsa pasarnya terbatas.</p>	

Table 4: Ringkasan Data FGD-4

Mengacu pada ringkasan data seputar akun @tahilalats sebagai pembuat pesan pemasaran dapat disimpulkan bahwa respon informan terhadap akun ini adalah memiliki segmentasi spesifik dan tampilan visual berupa simbol yang memiliki ciri khas. Akun @tahilalats dinilai oleh informan sebagai akun yang kurang sesuai untuk mengkonstruksi pesan pemasaran.

Beberapa hal yang menjadi pertimbangan informan adalah penggunaan simbo-simbol yang rumit dan subtil sehingga perlu informasi tambahan dalam memahami unggahan. Pemilihan cerita yang tidak biasa justru menyulitkan khalayak dalam menangkap inti pesan sebab pesan yang ditangkap adalah kesan lucu dari unggahan.

D. STATUS LUARAN: Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan pada tahun pelaksanaan penelitian. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta unggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui Simlitabmas mengikuti format sebagaimana terlihat pada bagian isian luaran

Status luaran yang dijanjikan dalam penelitian ini ada dua bagian yakni ;

1. Luaran Wajib

Luaran wajib yang dijanjikan adalah Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta, jurnal ini terakreditasi Sinta 2. Hingga saat ini status luaran sedang menunggu konfirmasi penerimaan artikel oleh pengelola jurnal.

2. Luaran Tamabahan

Luaran tambahan yang dijanjikan adalah, mempresentasikan hasil penelitian pada forum nasional COMICOS Universitas Atmajaya Yogyakarta. Informasi yang diperoleh dari pengelola acara, COMICOS 2019 batal diselenggarakan sehingga luaran tambahan belum terlaksana. Tim peneliti berencana untuk mengikuti seminar Nasional yang dijadwalkan pada awal tahun 2020.

E. PERAN MITRA: Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (jika ada). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui Simlitabmas mengikuti format sebagaimana terlihat pada bagian isian mitra

F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

Kendala yang dialami dalam pelaksanaan penellitian hibah PDP 2019 adalah :

1. Pelaksanaan penelitian paruh kedua yang tidak sesuai dengan jadwal sebab tim peneliti (ketua dan anggota) terlibat sebagai anggota penyusun boring akreditasi.
2. Terjadinya kesalahan dalam kodifikasi data menggunakan software sehingga data perlu dikodifikasi ulang.
3. Sulitnya koordinasi antar anggota tim penelitian sebab, anggota peneliti yang menjabat sebagai struktural juga berkantor di kampus 3 UTY
4. Adanya perbedaan paradigma keilmuan, sehingga penyusunan analisis artikel luaran mengalami kendala dalam penentuan porsi keilmuan.

5. Status luaran yang belum jelas hingga laporan akhir ditulis menyebabkan terhambatnya pencapaian janji luaran wajib.
6. Informasi mendadak pada tidak terselenggaranya Seminar Nasional COMICOS 2019 oleh panitia mengakibatkan belum tercapainya luaran tambahan yang dijanjikan.

G. RENCANA TINDAK LANJUT PENELITIAN: Tuliskan dan uraikan rencana tindak lanjut penelitian selanjutnya dengan melihat hasil penelitian yang telah diperoleh. Jika ada target yang belum diselesaikan pada akhir tahun pelaksanaan penelitian, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai tersebut.

Tindak lanjut dari penelitian ini adalah upaya untuk melanjutkan penelitian efektivitas pemasaran dengan model komik strip pada akun @tahilalats. Hasil dari kedua penelitian tersebut rencananya akan disusun dalam bentuk buku. Buku tersebut sedinya dapat menjadi salah satu referensi dalam bidang pemasaran dalam media sosial.

H. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan akhir yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

1. Smith, Jonathan A., Flowers, Paul., and Larkin. Michael. 2009. Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington: Sage.
2. Jurnal Tirtayasa Ekonomika, Vol. 2, No.2, Oktober 2017, Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, Arum Wahyuni Purbohastuti
3. Jurnal Analisis Pariwisata Vol. 17, No. 2, 2017, ISSN 1410-3729, Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali, Komang Ayu Pradnya Indrawati, I Nyoman Sudiarta, I Wayan Suardana
4. Widya Cipta : Jurnal Sekretari dan Manajemen, Vol. 2, No. 2, September 2018, ISSN 2550-0791 Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik), Dewi Untari dan Dewi Endah Fajarina, 2018
5. Jurnal Ilmu Komunikasi UII, Vol. 8, No.2, April 2014, ISSN 1987-898X, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat), Ita Suryani
6. Artikel dalam Prosiding COMICOS 2018, ISBN 978-602-50218-1-7, Selebgram dalam Ranah Banal Media Sosial, Ade Irma Sukmawati.

Berita Acara Penggunaan Dana



YAYASAN DHARMA BHAKTI IPTEK

UNIVERSITAS TEKNOLOGI YOGYAKARTA

Kampus 1: Jl. Siliwangi (Ringroad Utara), Jombor, Sleman D.I. Yogyakarta - Indonesia 55285 | Telp. +62-274-623310 (Hunting) | Faks. +62-274-623306

Kampus 2: Jl. Glagahsari No. 63 Yogyakarta, D.I. Yogyakarta - Indonesia 55164 | Telp. +62-274-373955 | Faks. +62-274-381212

Kampus 3: Jl. Prof. Soepama, SH. No. 21 Yogyakarta, D.I. Yogyakarta - Indonesia 55165 | Telp. +62-274-379204 | Faks. +62-274-415801

BERITA ACARA

SERAH TERIMA LAPORAN PENGGUNAAN KEUANGAN 100% PENELITIAN

Pada hari ini Jumat, tanggal Lima Belas November tahun Dua Ribu Sembilan Belas, kami yang bertandatangan dibawah ini :

1. Nama : Ifah Rofiqoh, SE., M.Si., Ak., CA
NIK : 110798032
Jabatan : Ketua LPPM-UTY
Alamat : Jl. Siliwangi (Ringroad Utara Jombor Sleman Yogyakarta)

Sebagai Ketua LPPM Universitas Teknologi Yogyakarta, bertindak untuk dan atas nama Perguruan Tinggi tersebut, untuk selanjutnya disebut **Pihak Pertama**.

2. Nama : Ade Irma Sukmawati, S. Sos., MA.
NIDN : 0514128301

Sebagai pelaksana Penelitian tahun 2019 yang berkedudukan di Yogyakarta, dalam hal ini bertindak sebagai **Peneliti** dengan judul: **"Analisis Model Pemasaran Produk Melalui Komik Strip dalam Akun Instagram Thailalats"**, selanjutnya disebut **Pihak Kedua**.

Pihak pertama telah menerima laporan penggunaan keuangan yang telah dilaksanakan untuk Penelitian dari pihak kedua.

Berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sesuai dengan keperluan.

Pihak Pertama



Ifah Rofiqoh, SE., M.Si., Ak., CA
NIK. 11 0798 032

Pihak Kedua

Ade Irma Sukmawati, S. Sos., MA.
NIDN. 0514128301



YAYASAN DHARMA BHAKTI IPTEK

UNIVERSITAS TEKNOLOGI YOGYAKARTA

Kampus 1: Jl. Siliwangi (Ringroad Utara), Jombor, Sleman D.I. Yogyakarta - Indonesia 55285 | Telp. +62-274-623310 (Hunting) | Faks. +62-274-623306

Kampus 2: Jl. Giagahsari No. 63 Yogyakarta, D.I. Yogyakarta - Indonesia 55164 | Telp. +62-274-373955 | Faks. +62-274-381212

Kampus 3: Jl. Prof. Soepomo, SH. No. 21 Yogyakarta, D.I. Yogyakarta - Indonesia 55165 | Telp. +62-274-379204 Faks. +62-274-415801

SURAT PERNYATAAN TANGGUNG JAWAB BELANJA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ADE IRMA SUKMAWATI S.Sos, M.A.

Alamat : JL. TIMOR-TIMOR SIA XVIII NO.24 SONO

berdasarkan Surat Keputusan Nomor 7/E/KPT/2019 tanggal 19 Februari 2019 dan Perjanjian / Kontrak Nomor 111/SP2H/LT/DRPM/2019 tanggal 11 Maret 2019, B/1435.13/L5/R.A.00/2019 tanggal 15 April 2019, 12.08/LPPM-UTY/K/IV/2019 tanggal 18 April 2019 mendapatkan Anggaran Penelitian ANALISIS MODEL PEMASARAN PRODUK MELALUI KOMIK STRIPDALAM AKUN INSTAGRAM TAHILALATS sebesar 14,328,000 .

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Biaya kegiatan penelitian di bawah ini meliputi :

No	Uraian	Jumlah
01	Bahan Bahan habis pakai (kertas, tinta printer, dll)	1,107,750
02	Pengumpulan Data Pengumpulan Data Penelitian (FGD, wawancara narasumber, souvenir, akomodasi, narasumber)	7,271,470
03	Analisis Data (Termasuk Sewa Peralatan) Sewa alat, analisis data, asisten	4,850,000
04	Pelaporan, Luaran Wajib dan Luaran Tambahan Pelaporan kegiatan, desain X banner, cetak x banner	1,098,780
	Jumlah	14.328.000

2. Jumlah uang tersebut pada angka 1, benar-benar dikeluarkan untuk pelaksanaan kegiatan penelitian dimaksud.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.



Yogyakarta, 6 - 11 - 2019

Ketua,

(ADE IRMA SUKMAWATI, S.Sos, M.A.)
NIP/NIK 110717129

HASIL PENILAIAN SEJAWAT ATAU PEER REVIEW KARYA ILMIAH HAK CIPTA / SINEMATOGRAFI

Bentuk Hak Cipta : Laporan Penelitian
 Judul / Nama Karya : Analisis Tingkat Dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Pada Aplikasi Instagram Tahun 2019
 Nama Penemu : Ade Irma Sukmawati, S.Sos., M.A.
 Akhmad Afnan, S.E., M.Acc
 Status Penemu : Mandiri/~~Berkelompok/Kelembagaan~~ (pilih satu)
 Identitas HaKI
 a. Jenis : Laporan Penelitian
 b. Nomor Pendaftaran : EC00202166324
 c. Nomor Pencatatan : 000288297
 d. Tahun Terbit : 18 November 2021
 Kategori HAKI
 Beri Tanda v pada kategori yang sesuai

Paten Granted
 Pendaftaran Paten
 Hak Cipta

Hasil Penilaian Peer Review

Komponen Nilai	Nilai Maksimal HAKI		Hasil Akhir yang diperoleh
	Internasional	Nasional	
a. Kelengkapan Unsur Isi deskripsi (10%)		1,5	1,2
b. Ruang Lingkup dan Kedalaman pembahasan (30%)		4,5	3,6
c. Kecukupan dan Kemuktahiran data/ Informasi dan Metodologi (30%)		4,5	3,6
d. Kelengkapan Unsur dan Kualitas terbitan (30%)		4,5	3,6
Total= (100 %)		15	40% x 12= 4,8

Yogyakarta, 3 April 2022

Peer Review 1



Inon Listyorini SE., M.Si., Ak., CA.
NIK.

Pangkat/Golongan : Penata, III/c
 Jabatan Fungsional : Lektor 200 AK
 Bidang Ilmu : Akuntansi

HASIL PENILAIAN SEJAWAT ATAU PEER REVIEW KARYA ILMIAH HAK CIPTA / SINEMATOGRAFI

Bentuk Hak Cipta : Laporan Penelitian
 Judul / Nama Karya : Analisis Tingkat Dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Pada Aplikasi Instagram Tahun 2019
 Nama Penemu : Ade Irma Sukmawati, S.Sos., M.A.
 Akhmad Afnan, S.E., M.Acc
 Status Penemu : Mandiri/Berkelembagaan/Kelembagaan (pilih satu)
 Identitas HaKI
 a. Jenis : Laporan Penelitian
 b. Nomor Pendaftaran : EC00202166324
 c. Nomor Pencatatan : 000288297
 d. Tahun Terbit : 18 November 2021
 Kategori HAKI
 Beri Tanda v pada kategori yang sesuai

Paten Granted
 Pendaftaran Paten
 Hak Cipta

Hasil Penilaian Peer Review

Komponen Nilai	Nilai Maksimal HAKI		Hasil Akhir yang diperoleh
	Internasional	Nasional	
a. Kelengkapan Unsur Isi deskripsi (10%)		1,5	1,2
b. Ruang Lingkup dan Kedalaman pembahasan (30%)		4,5	3,6
c. Kecukupan dan Kemuktahiran data/ Informasi dan Metodologi (30%)		4,5	3,6
d. Kelengkapan Unsur dan Kualitas terbitan (30%)		4,5	3,6
Total= (100 %)		15	40% x 12= 4,8

Yogyakarta, 3 April 2022

Peer Review 2



Sekar Akrom Faradiza SE., M.Si., Akt., CA

NIK. 100 909 025

Pangkat/Golongan : Penata, III/c

Jabatan Fungsional : Lektor 300 AK

Bidang Ilmu : Akuntansi