

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK PROMOSI
DAN INFORMASI PROGRAM KIOSK SAMSAT
(Studi Kasus Pada Akun Instagram @samsat_bandung_II_kawalayaan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

MUHAMMAD FAIRUUZ MAULIDAN
2270201015



UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANDUNG
2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@SAMSAT_BANDUNG_II_KAWALUYAAN UNTUK
PROMOSI DAN INFORMASI PROGRAM KIOSK SAMSAT
(Studi Kasus Pada Akun Instagram @samsat_bandung_ii_kawalayaan)**

Diajukan oleh:

Muhammad Fairuuz Maulidan

NIM : 2270201015

Telah disetujui oleh:

Pembimbing skripsi



Mega Mutia Maeskina, S.I.Kom., M.I.Kom.

NUPTK: 9852777678230202

Tanggal

17 Juni 2026

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@SAMSAT_BANDUNG_II_KAWALUYAAN UNTUK
PROMOSI DAN INFORMASI PROGRAM KIOSK SAMSAT
(Studi Kasus Pada Akun Instagram @samsat_bandung_ii_kawalayaan)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhammad Fairuuz Maulidan

2270201015

Telah disidangkan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 1 Juli 2026

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Prodi : Marina Yuliani, S.I.Kom., M.I.Kom.

(*Marina*)

NUPTK:0033776677230283

Penguji 1 : Marina Yuliani, S.I.Kom., M.I.Kom.

(*Marina*)

NUPTK:0033776677230283

Penguji 2 : M Hanif F. Iskandar S.I.Kom., M.I.Kom

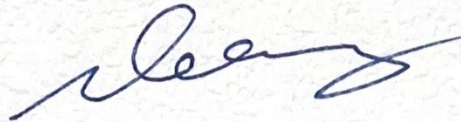
(*Hanif*)

NUPTK: 8339777678130083

Bandung, 30 Juli 2026

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Sali Al-Aitaam



Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN: 0410087803

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi/hasil penelitian yang berjudul PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK PROMOSI DAN INFORMASI PROGRAM KIOSK SAMSAT - Studi Kasus Pada Akun Instagram @samsat_Bandung_II_Kawalayaan merupakan hasil karya saya sendiri. tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan karya orang lain kecuali yang telah dicantumkan sumbernya dengan jelas.

Bandung, 25 Januari 2026

. Yang membuat pernyataan,



Muhammad Fairuuz Maulidan

2270201015

MOTTO

Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha

B.J. Habibie



LEMBAR DEDIKASI

Skripsi ini saya persembahkan sebagai rasa cinta dan rasa syukur yang paling dalam untuk kedua orang tua saya, Bapak Andri Setiawan dan Ibu Anne Destiana yang selalu berada di sisi saya sampai titik ini.



**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@SAMSAT_BANDUNG_II_KAWALUYAAN UNTUK PROMOSI DAN
INFORMASI PROGRAM KIOSK SAMSAT
(Studi Kasus Pada Akun Instagram @samsat_bandung_II_kawalayaan)**

Muhammad Fairuuz Maulidan, 2026, Mega Mutia Maeskina, S.I.Kom.,
M.I.Kom., Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sali Al-Aitaam

fairuzmaulidan40@gmail.com

ABSTRAK

Program Kiosk Samsat merupakan inovasi layanan pembayaran pajak kendaraan bermotor berbasis *self-service* yang dikembangkan oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Jawa Barat untuk memudahkan masyarakat tanpa harus mengantre dikantor Samsat. Keberhasilan program ini tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh bagaimana program tersebut dikomunikasikan kepada masyarakat, salah satunya melalui akun Instagram resmi @samsat_bandung_II_kawalayaan yang dikelola oleh Pusat Pengelolaan Pendapatan Daerah Wilayah (P3DW) Bandung II Kawalayaan. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengelolaan media sosial Instagram dalam mempromosikan dan menginformasikan Program Kiosk Samsat berdasarkan empat dimensi *Integrated Marketing Communication* (IMC) menurut Kotler dan Keller, yaitu *advertising*, *public relations*, *interactive marketing*, dan *direct marketing*. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap tiga informan yang dipilih secara purposive, yakni Kepala P3DW Bandung II Kawalayaan, admin Instagram, dan ahli media sosial, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber, dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan dimensi *advertising* masih terbatas dan satu arah karena bergantung pada repost konten dari Bapenda Pusat tanpa anggaran iklan berbayar; dimensi *public relations* menunjukkan komitmen kuat pimpinan namun belum konsisten di level operasional; dimensi *interactive marketing* belum dioptimalkan

Kata Kunci : **Pengelolaan media sosial, Promosi dan Informasi, instagram @samsat_bandung_II_Kawalayaan, IMC, Program Kiosk Samsat**

INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MANAGEMENT
@SAMSAT_BANDUNG_II_KAWALUYAAN FOR SAMSAT KIOSK
PROGRAM PROMOTION AND INFORMATION
(Case Study of the Instagram Account
@samsat_bandung_II_kawalayaan)

Muhammad Fairuuz Maulidan, 2026, Mega Mutia Maeskina, S.I.Kom., M.I.Kom.,
Faculty of Communication Sciences, Sali Al-Aitaam University
fairuzmaulidan40@gmail.com

ABSTRACT

The Samsat Kiosk Program is an innovative self-service motor vehicle tax payment service developed by the West Java Regional Revenue Agency (Bapenda) to facilitate the public without having to queue at Samsat offices. The program's success is determined not only by technological sophistication but also by how it is communicated to the public, one of which is through the official Instagram account @samsat_bandung_II_kawalayaan, managed by the Bandung II Kawalayaan Regional Revenue Management Center (P3DW). This study aims to determine the management of Instagram social media to promote and inform the Samsat Kiosk Program based on the four dimensions of Integrated Marketing Communication (IMC) according to Kotler and Keller: advertising, public relations, interactive marketing, and direct marketing. The research employed a qualitative method with a constructivist paradigm and a case study approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation with three purposively selected informants: the Head of the Bandung II Kawalayaan P3DW, an Instagram administrator, and a social media expert. Data were then analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Their validity was tested through source and time triangulation. The results showed that the advertising dimension was still limited and one-way, relying on reposts of content from the Central Bapenda (Regional Revenue Agency) without a paid advertising budget. The public relations dimension demonstrated strong leadership commitment but lacked consistency at the operational level. The interactive marketing dimension had not been optimized.

Keywords: *Social media management, Promotion and Information, Instagram @samsat_bandung_II_Kawalayaan, IMC, Samsat Kiosk Program*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas limpahan rahmat dan Karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Untuk Promosi dan Informasi Program Kiosk Samsat”. Studi Kasus Pada Akun Instagram @samsat_bandung_II_kawaluyaan. Proposal penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Sali - Al Aitaam.

Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. H. Sali Iskandar, M.M (Alm) selaku Pendiri, Perintis dan Pembina Universitas Sali Al-Aitaam
2. Fatimah Nurjannati Iskandar, SE., M.Ak, selaku Rektor Universitas Sali Al-Aitaam
3. Andri Asmari, S.E., M.M selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Kurikulum Universitas Sali Al-Aitaam
4. Dian Haerana, S.T, selaku Wakil Rektor II Bidang Keuangan dan Sarana Prasarana Universitas Sali Al-Aitaam
5. Ir. Arif Nugraha, M.M, selaku Wakil Rektor III Bidang Adm Kemahasiswaan dan PMB Universitas Sali Al-Aitaam
6. Bapak Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam, dan selaku Dosen Wali serta Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu untuk bimbingan ditengah kesibukan dan memberikan masukan, saran, dan pengarahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dengan sabar.
7. Marina Yuliani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam

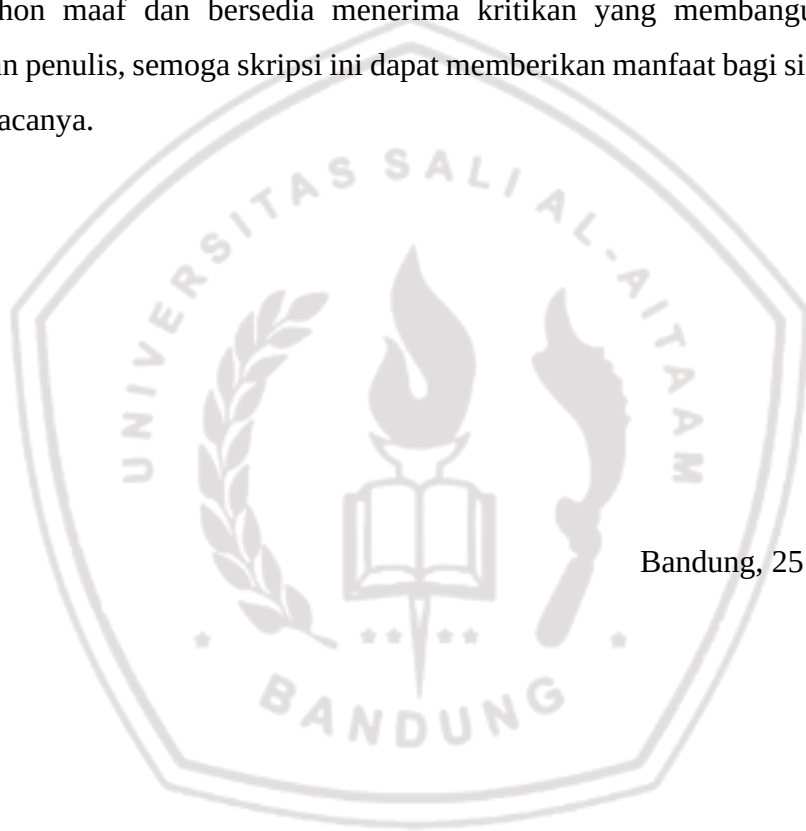
8. Wusana Bayu P, S.Pt., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam
9. Ibu Mega Mutia Maeskina, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu untuk bimbingan ditengah kesibukan dan memberikan masukan, saran, dan pengarahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dengan sabar.
10. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi 1) Deli Luthfi, S.Sos., M.Sos, 2) Enung Nurhayati, S.Sos., M.Si, 3) Lina Wiyarsih, S.Sos., M.I.Kom 4) M. Hanif Fatahillah Iskandar, S.I.Kom., M.I.Kom 5) Mega Mutia Maeskina, S.I.Kom., M.I.Kom, 6) Mia Tania, S.I.Kom., M.I.Kom, 7) Nazmi Abdurahman, S.Sos., M.Sos 8) Ogy Mahendra, S.I.Kom., M.I.Kom, 9) Ryan Suherlan, S.I.Kom., M.I.Kom.
11. Jajaran Civitas Akademik Universitas Sali Al-Aitaam

Dalam proses penyusunannya, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa doa, bantuan dan dukungan dari keluarga, sahabat dan teman. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Andri Setiawan dan Ibu Anne Destiana. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membimbing penulis selama ini, sehingga penulis dapat terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Kesuksesan segala hal baik yang ke depannya akan penulis dapatkan adalah untuk kalian berdua.
2. Teman terbaik penulis, Khofifah Ainunisa Nurizki yang telah memberikan doa juga kontribusi besar selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Teman-teman Ilmu Komunikasi yaitu Taufik Faturahman, Dani Bahtiar, Prima Nur Hakim, Ahmad Farhan, yang sudah berkenan saling membantu dalam pengetahuan dan dukungan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.

4. Teman-teman dari Never Ending Project yang sudah mendukung saya dalam menyusun skripsi ini, sehingga membangun semangat saya dalam proses penyusunan skripsi ini.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari penulisan skripsi ini belum dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dari Ilmu yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun. Terakhir, harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.



Bandung, 25 Januari 2026
Penyusun,

Muhammad Fairuuz Maulidan
2270201015

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
LEMBAR DEDIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Konteks Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	8
1.2.1. Fokus Penelitian	8
1.2.2. Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1. Kegunaan Teoritis	10
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	10
1.5 <i>Setting</i> Penelitian.....	11
1.5.1. Lokasi	11

1.5.2. Waktu	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis	13
2.2 Tinjauan Teoritis dan Kerangka Pemikiran	26
2.2.1. Tinjauan Teoritis	26
2.2.2. Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Metodologi Penelitian	40
3.1.1. Paradigma, Metode, Pendekatan	40
3.1.2. Subjek Penelitian.....	46
3.1.3. Teknik Pengumpulan Data	49
3.1.4. Teknik Analisis Data	53
3.1.5. Uji Validasi Data	56
3.1.6. Triangulasi Sumber	56
3.1.7. Triangulasi Teknik	57
3.1.8. Triangulasi Waktu	58
3.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
3.2.1. Lokasi Penelitian	59
3.2.2. Lokasi Lapangan	59
3.2.3. Lokasi Virtual.....	59
3.2.4. Waktu Penelitian	59
BAB IV HASIL TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....	61
4.1 Hasil Temuan Penelitian	61
4.2 Pembahasan.....	68
BAB V SARAN DAN PENUTUP	85

5.1 Simpulan	85
5.2 Saran.....	85
5.2.1. Saran Teoritis	86
5.2.2. Saran Praktis.....	87
Daftar Pustaka.....	90
LAMPIRAN.....	92



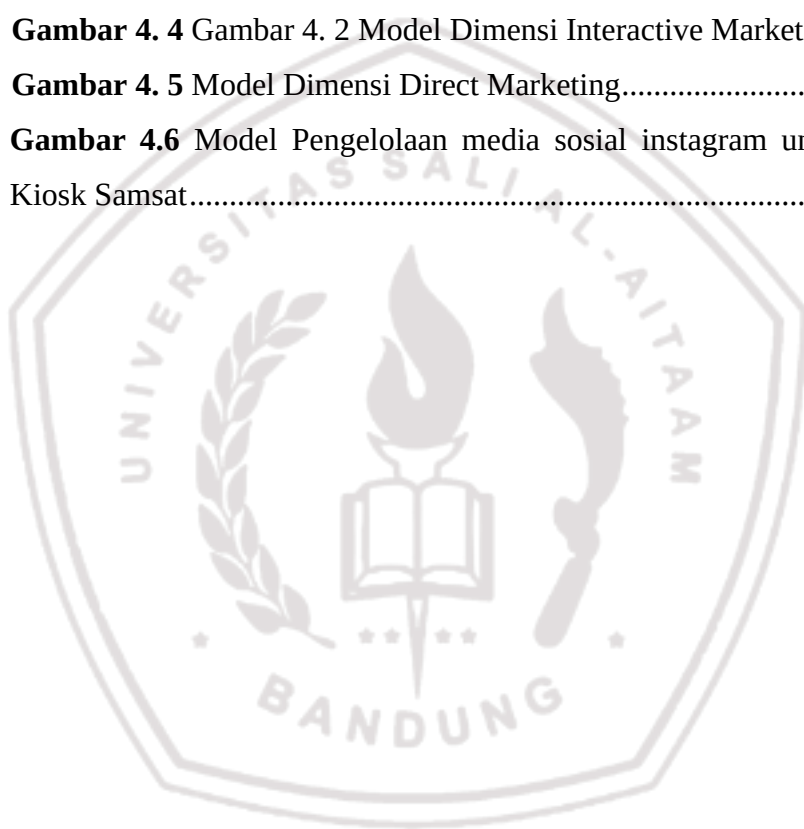
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel keunikan P3DW Bandung II Kawalayaan	6
Tabel 1. 2 Time Stamp pengerjaan skripsi	12
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Subjek Penelitian.....	46
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 postingan P3DW II Kawalayaan yang di posting ulang Bapenda Jawa Barat	62
Gambar 4. 2 Model Dimensi Advertising	71
Gambar 4. 3 Model Dimensi Public Relation.....	74
Gambar 4. 4 Gambar 4. 2 Model Dimensi Interactive Marketing.....	77
Gambar 4. 5 Model Dimensi Direct Marketing.....	80
Gambar 4.6 Model Pengelolaan media sosial instagram untuk promosi Kiosk Samsat.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara.....	92
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	105
Lampiran 3 Surat Pengantar Penelitian	147
Lampiran 4 Dokumentasi	148
Lampiran 5 Riwayat Hidup	149

