



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

@prassa.ku

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu
Komunikasi

Oleh

Ayu Nur Amaliyah Widiana

41182037170051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN
BAHASA**

UNIVERSITAS ISLAM “45”

BEKASI 2021 M/1442 H

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram @prassa.ku

Nama : Ayu Nur Amaliyah Widiana

NPM : 41182037170051

Konsentrasi : *Public Relations*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian Skripsi sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.

Bekasi, 24 Januari 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

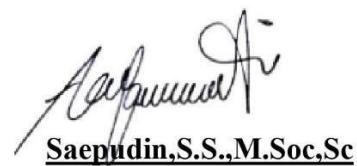


En Hartini, M.Si

NRP: 45.1.01.02.2016.001

Menyetujui.

Dosen Pembimbing Skripsi



Saepudin, S.S., M.Soc, Sc

NRP: 45.1.01.11.2011.031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

“Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram @prassa.ku” telah dipertahankan di hadapan dewan sidang penguji skripsi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 24 Februari 2022

Waktu : 10.00

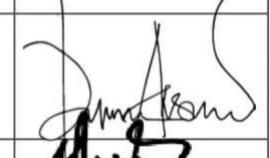
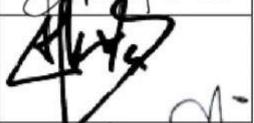
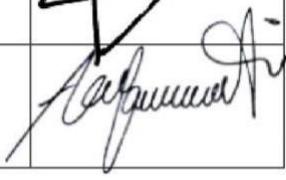
Oleh

Nama : Ayu Nur Amaliyah Widiana

NPM : 41182037170051

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Dewan Pengaji

Ket	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Yudha Asmara Dwi Aksa M.I.Kom	
Penguji I	Sya'baningrum Prihatini M.Hum	
Penguji II	Saepudin M.Soc.Sc	

Bekasi, 17 Maret 2022

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa



NRP: 45.1.03.12.2012.029

Surat / lembar pengesahan ini sesuai dengan tercetak. Untuk melihat validasi surat, silakan scan QR Code atau kunjungi <https://awan.fksbunismabekasi.id/>

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulisan saya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 18 Januari 2022



Ayu Nur Amaliyah

Widiana

41182030170051

ABSTRAK

Universitas Islam 45
Bekasi Program Studi
Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra,
dan Bahasa 2022

Ayu Nur Amaliyah Widiana (41182037170051)
“Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram
@prassa.ku” Di bawah bimbingan Bapak Saepudin

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi pemasaran yang dilakukan *Prassa.ku* dalam menyasar pasar millennial pada akun Instagram @prassa.ku. Instagram salah satu media yang saat ini diminati banyak pengguna karena banyak sekali peluang berbisnis bagi para penggunanya. Belakangan ini totebag semakin laris di pasaran, sebagai salah satu upaya yang dilakukan untuk mengurangi jumlah penggunaan kantong plastik. penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yaitu analisis interaktif dengan tahap: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah Teknik triangulasi sumber data. Strategi komunikasi pemasaran dalam penelitian ini menggunakan teori *social media marketing* (As'ad dan Alhadid) terdiri dari *Online Communities, Interaction, Sharing of Content, Accessibility, Credibility*. Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi komunikasi pemasaran menggunakan sosial media instagram dengan sering melakukan interaksi, membuat konten yang berkualitas, dan penggunaan hastag atau tagar pada postingan cukup efektif dalam menyasar pasar millennial yang dilakukan oleh @prassa.ku melalui akun Instagram.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, *Social Media Marketing*, Instagram

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram @prassa.ku.

Sholawat serta Salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat-sahabatnya dan para pengikut Beliau yang telah dengan ikhlas memeluk agama Allah SWT dan mempertahankannya sampai akhir hayat.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Namun berkat doa dan usaha, dukungan serta bimbingan dari semua pihak penulis berhasil menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan suka cita menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Hermanto, Drs., M. M., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam “45” Bekasi, yang telah menerima penulis menjadi mahasiswa Universitas Islam “45” Bekasi sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Yudha Asmara Dwi Aksa, M.I.Kom Selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Tin Hartini, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Bapak Saepudin, S.S.,M. Soc,Sc. selaku Dosen Pembimbing penulis yang penuh kesabaran memberikan bimbingan, menyemangati dan memberikan masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua penulis Papah Munadjat Widiarto dan Mamah Ana Ema Wardani atas dukungan moril dan materil, dan juga doa yang tidak pernah putus untuk penulis.

6. Adik penulis yaitu Amaliyah Nur Fajrin Widiana yang selalu memberikan dukungan.
7. Orang Spesial Penulis Ikhlasul Amal yang selalu memberikan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Dan semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis Terkhususkan Kiki dan pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 18 Oktober
2022

Ayu Nur Amaliyah Widiana

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian saat ini.....	18
2.3 Kerangka Teori	21
2.3.1 Strategi Komunikasi.....	21
2.3.2 Komunikasi Pemasaran	24
2.3.3 Social Media Marketing.....	26
1. Online Communities.....	27
2. Interaction.....	28
3. Sharing of Content	28
4. Accesibility.....	29
5. Credibility.....	30
2.3.4 Instagram.....	30
2.4 Kerangka Pemikiran	33
BAB III.....	34

METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Unit Analisis.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4 Definisi Konseptual.....	38
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.6 Keabsahan Data.....	41
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	44
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Profil Prassa.ku	44
4.1.2 Logo Prassa.ku	46
4.1.3 Produk Prassa.ku.....	47
4.1.4 Struktur Organisasi Prassa.ku.....	47
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	49
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Prassa.ku.....	49
4.2.2 Media Sosial Instagram Prassa.ku	59
4.2.3 Online Communities	61
4.2.4. Interaction	64
1. Instagram Story.....	65
2. Direct Message	70
4.2.5 Sharing of Content	72
1. Feeds.....	72
2. Instagram Highlight	75
4.2.6 Accessibility	76
1.Hastag	76
2.Tagline	78
4.2.7 Credibility	79
1.Jumlah Followers	79

BAB V	82
KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
Lampiran 1 (Transkrip Wawancara)	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Terdahulu.....	17
Table 2.2 Kerangka Pemikiran.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sampah Plastik	5
Gambar 1.2 Penjualan Prassa.ku.....	8
Gambar 4.1 Logo Prassa.ku.....	46
Gambar 4.2 Produk Totebag Prassa.ku	47
Gambar 4.3 Produk Puch Prassa.ku	47
Gambar 4.4 Bio Instagram Prassa.ku.....	52
Gambar 4.5 Website Pembelian Prassa.ku.....	53
Gambar 4.6 Caption Pada Instagram Prassa.ku	53
Gambar 4.7 Usia Pengguna Instagram.....	58
Gambar 4.8 QnA Prassa.ku	58
Gambar 4.9 Voting.....	67
Gambar 4.10 QnA Followers	68
Gambar 4.11 Informasi Prassa.ku	69
Gambar 4.12 Direct Message Prassa.ku.....	71
Gambar 4.13 Konten Instagram Prassa.ku.....	72
Gambar 4.14 Konten Instagram Prassa.ku.....	73
Gambar 4.15 Highlight Prassa.ku	75
Gambar 4.16 Hashtag Prassa.ku.....	77
Gambar 4.17 Tagged Instagram Prassa.ku.....	79
Gambar 4.18 Jumlah Followers Prassa.ku	80