



# **Strategi Komunikasi Pemasaran Mono Studio Melalui Media Sosial Instagram**

## **SKRIPSI**

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

Oleh:

Achmad Ramadhan

41182037190079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA  
UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI  
2023 M/ 1445 H**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis 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, 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, 27 Januari 2023



Achmad Ramadhan

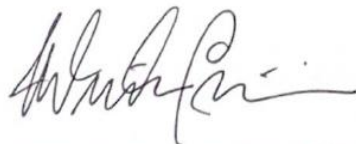
41182037190079

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Mono Studio Melalui Media Sosial Instagram  
Nama : Achmad Ramadhan  
NPM : 41182037190079  
Konsentrasi : Jurnalistik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa

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

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Winda Primasari, S.Hum., M.Si  
NRP. 45.1.01.02.2012.016

Bekasi, 16 Januari 2024  
Menyetujui,  
Dosen Pembimbing



Miftakhudin, M.Ikom  
NRP. 45.5.02.01.2018.088

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penelitian yang berjudul : “Strategi Komunikasi Pemasaran Mono Studio Melalui Media Sosial Instagram”

Hari : Sabtu

Tanggal : 27 Januari 2024

Waktu : 11.00 – 12.00

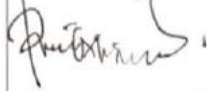

Oleh

Nama : Achmad Ramadhan

NPM : 41182037190079

Program Studi : Ilmu Komunikasi

### DEWAN PENGUJI

Keterangan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Winda Primasari, S.Hum., M.Si	
Penguji I	Yudha Asmara Dwi Aksa, M. I. Kom.	
Penguji II	Miftakhudin, M.lkom	

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Komunikasi Sastra, dan  
Bahasa



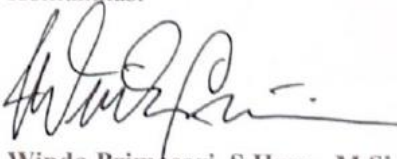
  
Nurjadi, M.Hum

NRP. 45.1.01.04.2010.012

Bekasi, 12 Februari 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi

  
Winda Primasari, S.Hum., M.Si

NRP. 45.1.01.02.2016.001

## ABSTRAK

Universitas Islam “45” Bekasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa  
2023

Achmad Ramadhan/41182037190079

Strategi Komunikasi Pemasaran Mono Studio Melalui Media Sosial Instagram

Di bawah bimbingan Miftakhudin, M.Ikom

(100 Halaman), (4 Tabel), (14 Gambar),

Dengan berkembangnya teknologi dari zaman ke zaman, banyak orang menggunakan media digital untuk melakukan banyak hal, salah satunya untuk memajukan usahanya dibidang fotografi. Banyak orang menggunakan jasa ini untuk membantu mereka mengabadikan momen istimewa dalam hidup, namun tidak sedikit juga para perusahaan besar menggunakan jasa fotografi ini untuk mempromosikan produk mereka melalui media-media digital. Salah satu pelaku usaha yang telah memanfaatkan kekuatan media sosial dan pemasaran secara online untuk memperluas jangkauan pasar mereka yaitu studio foto “Mono Studio”. “Mono Studio” seringkali mempublikasikan karya mereka di akun media sosial Instagram, @themono.studio untuk menarik klien serta membangun citra merek yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Mono Studio melalui media sosial Instagram. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *social media marketing* milik Gunelius yang di dalamnya terdapat, *Content Creation*, *Content Sharing*, *Connecting*, *Community Building*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan subjek penelitiannya yaitu akun Instagram @the.monostudio. Hasil penelitian menunjukkan bawah strategi komunikasi pemasaran dilakukan melalui *content sharing* yang dikemas baik dan menarik, maka munculah *Connecting*, dan *Community Building*. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram, seperti fitur *feeds*, *story/instastory*, *highlight*, *reels*, *direct message* (DM), *followers*, dan *Instagram ads*.

Kata Kunci: Strategi komunikasi pemasaran, *Social Media Marketing*, Instagram.

## **ABSTRACT**

*Islamic University 45 Bekasi  
Communication Studies  
Program  
Faculty of Communications,  
Literature and Languages 2023*

Achmad Ramadhan/41182037190079

*Marketing Communication Strategies of Mono Studio Through Instagram Social Media*

*Under the guidance of Miftakhudin, M.Ikom*

*(100 Pages), (14 Images), (4 List of Tabels).*

*With the advancement of technology over time, many people utilize digital media for various purposes, including advancing their businesses in the field of photography. Numerous individuals avail themselves of photography services to capture special moments in their lives. Additionally, many large companies use photography services to promote their products through digital media. One business entity that has harnessed the power of social media and online marketing to expand its market reach is the photography studio "Mono Studio." Mono Studio frequently showcases its work on the Instagram social media account, @themono.studio, aiming to attract clients and build a strong brand image. This research aims to explore the marketing communication strategies employed by Mono Studio through the Instagram social media platform. The theoretical framework utilized in this study is Gunelius' social media marketing theory, encompassing Content Creation, Content Sharing, Connecting, and Community Building. The research employs a descriptive qualitative method, with the Instagram account @the.monostudio as the subject. The findings indicate that marketing communication strategies are implemented through well-crafted and engaging content sharing, leading to the emergence of Connecting and Community Building. By leveraging Instagram features such as feeds, stories/instastories, highlights, reels, direct messages (DM), followers, and Instagram ads.*

*Keywords: Marketing communication strategies, Social Media Marketing, Instagram.*

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Mono Studio Melalui Media Sosial Instagram”.

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

1. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Winda Primasari, S.Hum.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Bapak Miftakhudin, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing skripsi, karna telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sejak awal hingga selesai.
4. Kedua orang tua penulis atas dukungan moril dan materil, serta doa yang tidak pernah berhenti untuk penulis.
5. Wafa Kamilah selaku pendamping yang selalu mendukung, memberikan masukan, dan memberikan semangat kepada penulis.
6. Nabilah Putri Cahyani selaku adik yang selalu mendukung dan memberikan masukan.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang saling memotivasi untuk memberikan semangat, serta memberi dukungan satu sama lain.
8. Diri sendiri, karena telah mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir walau banyak rintangan yang harus di hadapi.
9. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap kepada Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Tidak lupa penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari pembaca atau pihak yang berkepentingan guna menjadi evaluasi bagi penulis di masa yang akan datang.

Bekasi, 16, Januari 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above the printed name.

Achmad Ramadhan

41182037190079



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>15</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>15</b>
1.1 Latar Belakang .....	15
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Ardana Studio).....	11
2.1.2 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Jasa Sewa Bisnis Photographi Di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai .....	12
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Dynamica Photo Cinema Untuk Meningkatkan Pelanggan .....	13
2.1.4 Starategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Bisnis Fotografi Di Studio Foto La Vanilla Banjarmasin.....	14
2.2 Kerangka Teori.....	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	16
2.2.3 Tujuan Promosi.....	17
2.2.4 <i>Promotion Mix Theory</i> .....	18

2.2.5 Sosial Media Marketing.....	21
2.2.6 Media Sosial .....	23
2.2.7 Peran Media Sosial .....	23
2.2.8 Instagram .....	24
2.2.9 Kelebihan dan Kekurangan Instagram.....	25
2.2.10 Fitur-fitur Instagram .....	27
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	30
3.2 Unit Analisis.....	30
3.2.1 Key Informan .....	30
3.2.2 Informan.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.4 Definisi Konseptual.....	33
3.5 Teknik Analisis Data .....	35
3.6 Keabsahan Data.....	36
<b>BAB IV.....</b>	<b>38</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian.....	38
4.1.1 Profil @the.monostudio.....	38
4.1.2 Visi dan Misi.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi @the.monostudio.....	40
4.3 Hasil Pembahasan.....	60
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Mono Studio Melalui Media Sosial Instagram.....	60
<b>BAB V.....</b>	<b>62</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>

**LAMPIRAN..... 86**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Jumlah pengikut Media Sosial Studio Foto di Cikarang .....	5
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 4.1 Struktur Organisasi @the.monostudio .....	41

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Instagram Mono Studio.....	6
Gambar 1.2 Highlight Instagram Mono Studio .....	7
Gambar 1.3 Screenshoot Insight Reach @the.monostudio.....	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar 4.1 Logo @the.monostudio.....	38
Gambar 4.2 Fitur Linktree Mono Studio .....	45
Gambar 4.3 Feeds Instagram @the.monostudio .....	47
Gambar 4.4 Feeds Hasil Photoshoot @the.monostudio.....	48
Gambar 4.5 Reels Instagram @the.monostudio .....	49
Gambar 4.6 Highlight Instagram @the.monostudio .....	50
Gambar 4.7 Followers Instagram @the.monostudio .....	53
Gambar 4 8 Insight Reach @the.monostudio .....	55
Gambar 4.9 Story Instagram Jam Oprasional @the.monostudio.....	57
Gambar 4.10 Story Instagram Contact dan Booking @the.monostudio.....	57
Gambar 4.11 Direct Massage @the.monostudio .....	58

## Lampiran Turnitin

### FINAL DRAFT SKRIPSI RAMA2

#### ORIGINALITY REPORT

**20%**  
SIMILARITY INDEX

**21%**  
INTERNET SOURCES

**5%**  
PUBLICATIONS

**8%**  
STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<a href="http://proceedings.unisba.ac.id">proceedings.unisba.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<a href="http://dspace.uii.ac.id">dspace.uii.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>5</b>	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	<b>2%</b>
<b>6</b>	<a href="http://repository.iainsinjai.ac.id">repository.iainsinjai.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<a href="http://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<a href="http://eprints.uniska-bjm.ac.id">eprints.uniska-bjm.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>