

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA AKUN *INSTAGRAM***

@glowupcosmetic.id (PERIODE DESEMBER 2024)

SKRIPSI



Oleh

TRIANA NOVITASARI

21240907

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

2025

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA AKUN *INSTAGRAM***

@glowupcosmetic.id (PERIODE DESEMBER 2024)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi

Oleh

TRIANA NOVITASARI

21240907

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

2025

HALAMAN LOGO



HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Triana Novitasari / 21240907 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

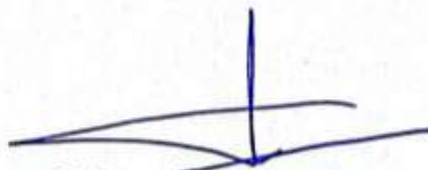
Ponorogo, 23 Januari 2025

Pembimbing I



Deny Wahyu Tricana, M.I.Kom
NIDN. 0707078204

Pembimbing II



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Triana Novitasari / 21240907

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 5 Februari 2025

Pukul : 11.15 - 12.00

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN. 0702088201

Penguji II



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Penguji III



Deny Wahyu Tricana, M.I.Kom
NIDN. 0707078204

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,




Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 1986032520130912

MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar-Rum : 60)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat yang telah diberikan, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan rasa bangga dan bersyukur penulis berterimakasih kepada :

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-nya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai. Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang meridhoi dan mengabulkan segala doa.
2. Kedua orang tua, Bapak Sarimin dan Ibu Suminah yang telah memberikan dukungan serta doa untuk kelancaran dalam penulisan skripsi ini. Ucapan terimakasih saja tidak akan pernah cukup untuk membalas kebaikan Bapak dan Ibu, karena itu terimalah persembahan penulisan ini sebagai salah satu bakti dan cintaku untuk Bapak dan Ibu.
3. Dosen pembimbing, penguji dan pengajar, terimakasih yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya hingga saya menjadi lebih baik.
4. Saudara saya, Mba Ella dan Mba Dwi yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan doanya untuk saya di masa perkuliahan ini.
5. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, terimakasih telah memberikan support dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Menggunakan Media Sosial Pada Akun *Instagram* @glowupcosmetic.id (Periode Desember 2024)”.

Adapun tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Mengingat keterbatasan ilmu dan pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sehingga dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, M.Si, Ph.D Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen Pembimbing
4. Seluruh Dosen dan Tenaga Kerja di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Ibu Mada, selaku admin media sosial toko Glow Up Cosmetic yang telah memberikan izin penelitian.

6. Kedua orang tua serta kakak saya yang selalu memberi doa dan dukungan dalam penelitian dan penyusunan skripsi.

7. Semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat penulis berikan selain do'a, semoga mendapat balasa dan ridho Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pembaca pada umumnya.

Ponorogo, 23 Januari 2025

Penulis



PERSYARATAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Triana Novitasari

Alamat: Ds. Kedungguwo 02/03, Kec. Sukomoro, Kab. Magetan

NIM : 21240907

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

“Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Menggunakan Media Sosial Pada Akun *Instagram* @glowupcosmetic.id (Periode Desember 2024)”

Adalah hasil observasi, pemikiran dan pemaparan ini merupakan hasil karya saya sendiri. Skripsi ini murni karya intelektual saya sendiri dan saya telah merujuk semua sumber yang digunakan sebagai referensi dalam karya ilmiah ini sesuai dengan aturan akademik yang berlaku umum, termasuk semua sumber telah memberikan pendapat tentang konten, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan. Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 23 Januari 2025



(Triana Novitasari)

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERSYARATAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
A. Komunikasi	11
B. Komunikasi Pemasaran	15
C. Media Sosial	16
D. Instagram	21
E. New Media	23
F. Kerangka Berpikir	35
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37

A.	Metode Penelitian.....	37
B.	Lokasi Penelitian	37
C.	Data dan Sumber Data.....	38
D.	Teknik Pengumpulan Data	39
E.	Teknik Penentuan Narasumber dan Objek/Unit Penelitian.....	42
F.	Teknik Analisis Data	43
BAB IV		45
HASIL DAN PEMBAHASAN		45
A.	Gambaran Umum	45
B.	Hasil Penelitian.....	62
BAB V.....		79
PENUTUP.....		79
A.	Kesimpulan.....	79
B.	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Jumlah Tayangan Konten Oktober 2024	7
Gambar 2 Grafik Data Aktivitas Tayangan Konten Oktober 2024.....	7
Gambar 3 Elemen Integrated Marketing Communication.....	25
Gambar 4 Profil Instagram @glowupcosmetic.id.....	46
Gambar 5 Grup WhatsApp @glowupcosmetic.id	71
Gambar 6 Stories Akun Instagram @glowupcosmetic.id Desember 2024	73
Gambar 7 Postingan akun Instagram @glowupcosmetic.id.....	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kerangka Berfikir	35
Tabel 2 Data Informan	40
Tabel 3 Postingan Instagram @glowupcosmetic.id Desember 2024	47
Tabel 4 Data insight akun Instagram @glowupcosmetic.id Desember 2024	62



ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA AKUN *INSTAGRAM* *@glowupcosmetic.id* (PERIODE DESEMBER 2024)

OLEH
TRIANA NOVITASARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh akun *Instagram* *@glowupcosmetic.id*. Dalam era digital, media sosial menjadi *platform* penting untuk mempromosikan produk dan membangun interaksi dengan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dimana data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan analisis konten. Hasil menunjukkan bahwa media sosial *@glowupcosmetic.id* memanfaatkan berbagai strategi komunikasi, seperti konten visual menarik dan interaksi aktif dengan konsumen. Strategi komunikasi pemasaran digital ini terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, acara dan pengalaman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh admin akun *Instagram* *@glowupcosmetic.id* berhasil menerapkan strategi komunikasi pemasaran digital melalui pendekatan *Integrated Marketing Communication*. Secara keseluruhan, strategi komunikasi pemasaran digital ini tidak hanya berfokus pada promosi pproduk, tetapi juga menciptakan pengalaman serta edukasi bagi konsumen.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pemasaran Digital, *Instagram*

ABSTRACT

ANALYSIS OF DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY USING SOCIAL MEDIA ON INSTAGRAM ACCOUNT @glowupcosmetic.id (PERIOD DECEMBER 2024)

**BY
TRIANA NOVITASARI**

This study aims to analyze the digital marketing communication strategy implemented by the Instagram account @glowupcosmetic.id. In the digital era, social media has become an important platform for promoting products and building interactions with consumers. This study uses a qualitative descriptive approach, where data is collected through observation, interviews and content analysis. The results show that the social media @glowupcosmetic.id utilizes various communication strategies, such as attractive visual content and active interaction with consumers. This digital marketing communication strategy consists of advertising, sales promotion, public relations, personal selling, direct marketing, interactive marketing, word of mouth marketing, events and experiences. The results of this study indicate that the marketing communication strategy carried out by the admin of the Instagram account @glowupcosmetic.id has succeeded in implementing a digital marketing communication strategy through the Integrated Marketing Communication approach. Overall, this digital marketing communication strategy not only focuses on product promotion, but also creates experiences and education for consumers.

Keywords: Communication Strategy, Digital Marketing, Instagram