

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL

INSTAGRAM

(Studi Kasus Pada Akun Instagram @minoshopkupang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



MARGARETA WATU WAKE

NIM :431 17 028

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

KUPANG

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Margareta Watu Wake

Nim : 431 17 028

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis (SKRIPSI) dengan judul:

Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (*studi kasus pada akun instagram @minoshopkupang*) adalah benar-benar karya saya sendiri yang dibimbing oleh Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si selaku pembimbing I dan Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing II. Apabila di kemudian hari di temukan penyimpangan, maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Kupang, Desember 2021

Disahkan

Pembimbing I

Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si

Penulis



Margareta Watu Wake

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Ini Telah DiUji Dan DiPertahankan DiDepan Tim Penguji Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya

Mandira Pada:

Hari /Tanggal : Jumat, 03 Desember 2021

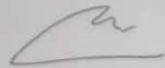
Jam : 10:30 Wita

Tempat : Kampus Fisip

Disetujui Oleh

Pembimbing I

Pembimbing II



(Fransiska D. Setyaningsih, M.Si)



(Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom)

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Katolik Widya Mandira



(Drs. Marianus Kleden, M.Si)

HALAMAN PERSETUJUAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM

(Studi Kasus Pada Akun Instagram @mmoshopkupang)

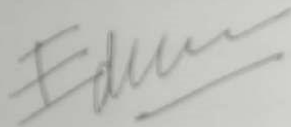
Diajukan Guna Syarat Kelulusan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Diajukan oleh:

Nama	: Margareta Watu Wake
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Nim	: 431 17 028

Disetujui Oleh :

Pembahas I



(P. Dr. Eduardus Dosi, SVD, M.Si)

Pembahas II



(Drs. Darus Antonius, M. Si)

MOTTO

“VISI TANPA EKSEKUSI ADALAH HALUSINASI.”

~ HENRY FORD

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Yang pertama ucapan syukur kepada Tuhan Yesus Dan Bunda Maria yang selalu memberkati, memberi rejeki, menyertai perjalanan hidup Mar selama ini dan juga selalu mendengarkan doa, keluh kesa serta permohonan yang selalu Mar sampaikan.
2. Kedua dipersembahkan untuk Bapak Bernadus Ghale dan Ibu Lusia Weli, yang selalu mendoakan, mendukung, selalu memberikan kepercayaan kepada anak-anaknya, selalu memberikan kehangatan dan kebahagiaan untuk ketiga putrinya, memberikan motivasi dan selalu mengajarkan untuk tidak memandang rendah orang-orang.
3. Almamaterku FISIP UNWIRA.

KATA PENGATAR

Puji dan Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya penulis dapat melewati semua proses penelitian dan menyelesaikannya dalam bentuk Skripsi ini dengan baik. **Skripsi ini berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (*studi kasus pada akun instagram @minoshopkupang*)**.

Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini disampaikan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katholik Widya Mandira. Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak sejak persiapan hingga tersusun-nya skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan dorongan baik moral maupun spiritual terutama kepada:

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Katolik Widya Mandira.
4. Ibu Fransiska D. Setyaningsih, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Bapak Mikhael Rajamuda Bataona. S. Sos, M. I. Kom yang telah memberikan banyak

saran, petunjuk, bimbingan dan waktunya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

5. P. Dr. Eduardus Dosi, SVD. M. Si selaku dosen pembahas I dan Bapak Bapak Drs. Darus Antonius, M.Si selaku dosen pembahas II yang telah memberikan masukan berupa kritik dan saran yang bermanfaat guna menyempurnakan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan pegawai Universitas Katolik Widya Mandira.
7. Ibu Elis Tunya selaku Owner Minoshop Kupang yang sudah bersedia membantu penulis dalam mendapatkan data dalam menyelesaikan penelitian.
8. Pegawai Minoshop Kupang (Brenda dan Ronal) dan pelanggan Minoshop Kupang (Zhaena dan Alvita Gon) yang bersedia membantu penulis dalam mendapatkan data dalam menyelesaikan penelitian.
9. Keluarga tercinta, kaka Renty, kaka Melky dan ade Olin atas kasih sayang, kesabaran, pengorbanan, dan motivasi serta mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman *Public Relations* dan Jurnalistik angkatan 2017 yang memberikan dukungan bagi penulis.
11. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yesus memberikan rahmatnya sebagai balasan atas semua bantuan yang telah diberikan dari pihak-pihak yang telah disebutkan diatas. Penulis menyadari

sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan masih terbatasnya kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca.

Akhirnya penulis sampaikan limpah terima kasih dan semoga skripsi ini dapat menjadi referensi yang baik dan berguna demi kepentingan akademik dan bagi para pembaca.

Kupang, 27 November 2021

Penulis

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @minoshopkupang)”. @minoshopkupang yakni salah satu akun media sosial instagram dari bisnis online Minoshop Kupang. Minoshop kupang menggunakan instagram sebagai media untuk berkomunikasi dengan konsumennya. Dengan instagram juga Minoshop Kupang dapat mempromosikan produk dan mempublikasikan hal-hal yang berkaitan dengan bisnis online-nya kepada konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram pada akun instagram @minoshopkupang.

Ada beberapa metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yakni, metode SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactic, Action, Controlling*) dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara mendalam dan observasi. Teknik analisis yang dilakukan adalah reduksi data, penyajian data, verifikasi data dengan metode penelitian studi kasus. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni reduksi data, verifikasi data, penyajian data dengan metode penelitian studi kasus. Informan yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang terdiri dari Owner Minoshop Kupang 1 orang, karyawan Minoshop Kupang 2 orang dan pelanggan Minoshop Kupang 2 orang.

Dari hasil penelitian dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan bahwa Minoshop Kupang menggunakan metode SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactic, Action, Controlling*) dalam melakukan kegiatan pemasaran pada akun instagram @minoshopkupang. Dapat dilihat *Situation* dipakai oleh Minoshop kupang untuk memperkenalkan bisnis onlinenya dan akun instagram-nya kepada khalayak. *Objectives* dipakai oleh Minoshop Kupang untuk tahu kepada siapa sasaran dari bisnisnya dan tahu tujuan seperti apa yang ingin dicapai dari bisnis onlinenya ini. *Strategy* dipakai untuk menjalankan dan membangun bisnis onlinenya serta akun *instagram*-nya agar tetap berjalan sesuai dengan yang diinginkan. *Tactic* dipakai untuk mengetahui produk apa yang diinginkan oleh konsumennya melalui instagram @minoshopkupang, selain itu juga untuk membuat khalayak atau konsumennya bisa berkomunikasi melalui akun instagram @minoshopkupang dengan owner Minoshop kupang. Ini digunakan Minoshop Kupang untuk tetap menjaga komunikasi serta menjalin hubungan yang baik dengan konsumennya. *Action* dipakai untuk menjalankan bisnis onlinenya tetap berkembang dalam hal memberikan informasi kepada khalayak sebaik mungkin mengenai produk yang diposting pada akun instagramnya @minoshopkupang. Dan *controlling* dipakai untuk mengetahui setiap perkembangan bisnis onlinenya, strategi yang digunakan berjalan atau tidak dan mengontrol semua hal yang berkaitan dengan bisnis online tersebut.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Metode SOSTAC, @minoshopkupang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN ORISINALITAS iii

HALAMAN PENGESAHAN Error! Bookmark not defined.v

HALAMAN PERSETUJUAN v

MOTTO vii

KATA PENGATAR..... viii

ABSTRAK..... xi

DAFTAR ISI xii

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR TABEL 15ii

BAB I_PENDAHULUAN Error! Bookmark not defined.

1.1 Latar Belakang **Error! Bookmark not defined.**

1.2 Rumusan Masalah **Error! Bookmark not defined.**

1.3 Tujuan Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4 Manfaat Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4.1 Manfaat Teoritis..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4.2 Manfaat Praktis **Error! Bookmark not defined.**

1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis.... **Error! Bookmark not defined.**

1.5.1 Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.2 **Error! Bookmark not defined.**

Kerangka Pemikiran Penulis..... **Error! Bookmark not defined.**

1.5.2 Asumsi..... **Error! Bookmark not defined.**

1.5.3 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Promosi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.3 Konsep SOSTAC	Error! Bookmark not defined.
2.4 Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Media Sosial Marketing.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Instagram.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Metode penelitian dan Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Satuan Kajian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Informan kunci.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Alasan Pemilihan Informan	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Konstruk dan Indikator.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Definisi Konstruk.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Indikator	Error! Bookmark not defined.
3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Jenis Data.....	Error! Bookmark not defined.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisis dan Interpretasi Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Teknik Interpretasi Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik pemeriksaan dan Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV_HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Sejarah Singkat Minoshop Kupang.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Misi dan Misi Minoshop Kupang.....	41
4.1.3 Logo Minoshop Kupang.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Telaah Informan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram @minoshopkupang.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Hasil Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Hasil Observasi.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V_PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
5.1.1 <i>Situation</i>	72
5.1.2 <i>Obejetives</i>	74
5.1.3 <i>Strategy</i>	75
5.1.4 <i>Tactics</i>	76
5.1.5 <i>Action</i>	78
5.1.6 <i>Controlling</i>	79

5.2 Interpretasi Data	Error! Bookmark not defined.
5.2.1 <i>Situation</i>	81
5.2.2 <i>Objectives</i>	82
5.2.3 <i>Strategy</i>	83
5.2.4 <i>Tactics</i>	84
5.2.5 <i>Action</i>	85
5.2.6 <i>Controlling</i>	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
6.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
6.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Minoshop Kupang **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran Penulis **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1 Logo Mino Online Shop Kupang. **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Kunci **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1 Data informan..... **Error! Bookmark not defined.**