

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAN'S COKLAT KEDIRI  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

Skripsi

Di tulis untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Disusun Oleh:

Ahmad Aly Ridlo  
933500714

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
IAIN KEDIRI**

**2019**

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAN'S COKLAT KEDIRI  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN

AHMAD ALY RDILO

NIM. 9335 007 14

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri  
Kediri Pada Tanggal 11 Juni 2019

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr.Ropingi, S.Ag. M.Pd ( )  
NIP. 19720626 199903 1 002

2. Penguji I

Taufik Alamin, SS. M.Si  
NIP. 19720725 200604 1 003 ( )

3. Penguji II

Dewi Hamidah, S.Si, M.Pd  
NIP. 19870906 201503 2 007 ( )

Kediri, 10 September 2019  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri

Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag  
NIP.: 19750613 200312 1 004

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur selalu saya ucapkan, Alhamdulillahirabbil'alamin dalam setiap detik waktu atas selesainya skripsi ini, yang saya dedikasikan untuk:

1. Kedua orang tua terkasih. Terimakasih untuk semua do'a dan dukungan lebih dari Bapak dan ibunda tersayang yang selalu memberikan dukungan serta motivasi dalam setiap langkahku.
2. Almamater tercinta Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
3. Guru-guruku yang terhormat, salam ta'dhim kusampaikan untukmu. Terima kasih atas semua do'a, nasehat dan semangat yang telah diberikan untukku.
4. Seluruh teman-temanku, tempat berbagi cerita dan pengalaman hidup, berbagi motivasi dan semangat.
5. Dan seluruh saudara-saudaraku yang selalu mendukung setiap langkah yang saya.

Halaman Persetujuan

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAN'S COKLAT KEDIRI  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN

AHMAD ALY RIDLO

NIM. 9.335.007.14

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufik Alamin, SS. M.Si  
NIP. 19720725 200604 1 003

Dewi Hamidah, S.Si, M.Pd  
NIP. 19870906 201503 2 007

NOTA BIMBINGAN

Kediri, 03 Mei 2019

Nomor :  
Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth, Rektor Institut Agama  
Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo Kota Kediri

Assalaamu'alaikum. Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Rektor untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : AHMAD ALY RIDLO  
NIM : 933500714  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAN'S  
COKLAT KEDIRI MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntunan dalam sidang munaqosyah yang diselenggarakan tahun 2019, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk disahkan sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1)

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum. Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufik Alamin, SS. M.Si  
NIP. 19720725 200604 1 003

Dewi Hamidah, S.Si, M.Pd  
NIP. 19870906 201503 2 007

NOTA DINAS

Kediri, 03 Mei 2019

Nomor :  
Lampiran : 3 (tiga) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth, Rektor Institut Agama  
Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Rektor untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : AHMAD ALY RIDLO  
NIM : 933500714  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAN'S  
COKLAT KEDIRI MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufik Alamin, SS. M.Si  
NIP. 19720725 200604 1 003

Dewi Hamidah, S.Si, M.Pd  
NIP. 19870906 201503 2 007

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah memberikan nikmat dan karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, Nabi penuntun umat manusia dari zaman jahiliah menuju zaman islamiah dan yang kita harapkan syafa’atnya kelak di yaumulakhir.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang strategi komunikasi pemasaran San’s Coklat Kediri dalam memasarkan produknya melalui instagram dalam meningkatkan penjualanya terdapat berbagai strategi yang di jalankan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak–banyaknya kepada berbagai pihak yang memberi dukungan kepada penulis. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Nur Chamid, MM. Selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. Asror Yusuf, M. Ag. Selaku Ketua Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Siti Amanah, M. Si. Selaku Ketua Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.
4. Taufik Alamin,SS.M.Si. Selaku pembimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Dewi Hamidah, S.Si. M.Pd. Selaku pembimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap dosen Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah berdedikasi ilmu bagi penulis.
7. Seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian penulis, Sania Lailatul Nikmah selaku owner San's Coklat Kediri yang telah meluangkan waktu serta berbagi informasi untuk penulis.
8. Segenap keluarga peneliti, Untuk yang terkasih Bapak Tubilal, Ibu tercinta Siti Sholikah, Kakak tersayang Dini Uswatun Khasanah dan adik tersayang Ahmad Fatkhul Huda yang selalu memberikan dukungan berupa materi, do'a dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan proses perkuliahan ini.
9. Terima kasih kepada Bapak Dr. Prilani, M.Si. Yang telah banyak memberikan pengalaman, wawasan dan pengetahuan dalam hal dunia lapangan yang nyata dengan sangat luar biasa.
10. Seluruh teman-teman keluarga besar Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 yang telah banyak memberikan ilmu dan dukungan kepada peneliti dalam setiap proses belajar di bangku perkuliahan ini.
11. Segenap sahabat peneliti Ahmad Lathofi'i, Imam Muhroji dan Hakim yang selalu membantu dan memberi dukungan kepada peneliti untuk segera menyelesaikan penelitiannya.

12. Terimakasih kepada M. Munir, Siti Alviana, Rio Ghilman, Aminatul Umami, Sri Mulyani dan Mahmud Habib Nasrullah yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga kebaikan kalian di balas oleh Allah SWT.
13. Segenap keluarga besar UKM PRAMUKA khususnya Angkatan XVI atas kebersamaan, dukungan dan semangat yang selalu diberikan pada penulis.
14. Terimakasih kepada segenap teman - teman Crew Srondek, Irul, Arif, Wahid, Syaifullah, Habib, Nahyan, Miqdam, Haris, Kafid, Eko, Faris, Rizal, Befriyan, Ansori dan Ando untuk semua semangat, hiburan, kebersamaan, do'a dan dukungannya kepada peneliti selama proses penelitian hingga penulisan skripsi ini selesai.

Peneliti berdo'a agar semua pihak yang membantu mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Peneliti berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan untuk perbaikan penyempurnaan skripsi ini.

Kediri, 03 Mei 2019

Penulis

## **MOTTO**

“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh – sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu (manusia) berharap”

(QS.Al-Insyirah;5-8)

“Awal bukan untuk angkuh akhir bukan untuk sombong, tapi rasakan proses yang kau lampau setelah awal dan sebelum akhir”

## ABSTRAK

AHMAD ALY RIDLO, Dosen Pembimbing Taufik Alamin, SS. M.Si, Dewi Hamidah, S.Si, M.Pd : Strategi Komunikasi Pemasaran San's Coklat Kediri Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2019.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram, Penjualan.

Penulis tertarik untuk mendalami dan meneliti tentang Strategi Komunikasi Pemasaran San's Coklat Kediri Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan, dengan rumusan, a) Bagaimana strategi komunikasi pemasaran San's Coklat Kediri melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan Penjualan ? b) Hambatan apa saja yang dihadapi dalam kegiatan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan ? c) Upaya apa saja yang dilakukan San's Coklat Kediri dalam mengatasi hambatan – hambatan yang dihadapi dalam kegiatan komunikasi pemasaran San's Coklat Kediri melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan?

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan menggunakan beberapa informan untuk melakukan wawancara dan observasi. Sumber data yang digunakan adalah informasi yang bersumber dari pengamatan langsung ke lokasi penelitian dengan cara observasi dan wawancara. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian secara langsung dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi komunikasi pemasaran dari San's Coklat Kediri ialah dengan memanfaatkan sosial media *instagram*, sebagai tempat atau media pemasaran serta melakukan potongan harga (diskon) di hari-hari tertentu, membuat give away, bergabung dengan kerja sama event atau komunitas, memberikan sampel produk kepada konsumen yang datang langsung ke tempat produsen. Selain itu San's Coklat Kediri dalam meningkatkan penjualannya melalui media sosial Instagram dalam menghadapi persaingan competitor San's Coklat Kediri dalam setiap upload gambar produk nya melakukan hastag sebanyak – banyaknya agar calon pembeli ketika mencari akun tersebut segera di temui oleh calon pembeli tersebut. Promosi dari teman ke teman atau dari mulut ke mulut adalah salah satu cara yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk San's Coklat Kediri.

San's Coklat Kediri memiliki hambatan atau tantangan yang berkaitan dengan kurangnya relasi bisnis serta sulitnya mempertahankan produk di tengah-tengah persaingan dan permintaan pasar. Namun produsen San's Coklat Kediri mempersiapkan upaya – upaya dalam menghadapi hambatan atau tantangan yang berkaitan dengan meningkatkan penjualannya tersebut.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
NOTA BIMBINGAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
A.Latar Belakang .....	1
B.Rumusan Masalah .....	7
C.Tujuan Penelitian .....	8
D.Kegunaan Penelitian .....	8
E.Telaah Pustaka .....	9
BAB II : LANDASAN TEORI .....	14
A.Pengertian Komunikasi .....	14
B.Teoris Komunikasi Pemasaran .....	14
C.Strategi Komunikasi Pemasaran .....	17
E.Pengertian Media Sosial .....	19
F.Instagram .....	20
1.Fitur Yang Ada Dalam Instagram .....	22
2.Kelebihan Instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya .....	24
3.Kekurangan dari Instagram .....	25

BAB III: METODE PENELITIAN .....	27
A.Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	27
B.Kehadiran Peneliti .....	29
C.Lokasi Penelitian .....	30
D.Sumber Data .....	30
E.Prosedur Pengumpulan Data .....	31
F.Teknis Analisi Data .....	33
G.Pengecekan Keabsahan Data .....	34
H.Tahap – Tahap Penelitian .....	36
 BAB IV: HASIL PENELITIAN .....	 38
A.Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
B.Paparan Data .... ..	47
C.Temuan Penelitian .....	87
 BAB V: PEMBAHASAN .....	 89
BAB VI: PENUTUP .....	121
A.Kesimpulan .....	121
B.Saran-saran .....	122
 DAFTAR PUSTAKA .....	 124
LAMPIRAN	