

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN APLIKASI KELAS JODOH
MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kelasjodohsfk DALAM
MENJARING MEMBER**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)



Oleh:

SELVIANA WULANDARI

9335.037.16

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

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN APLIKASI KELAS JODOH
MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kelasjodohsfk DALAM
MENJARING MEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Oleh:

SELVIANA WULANDARI

NIM. 933503716

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN APLIKASI KELAS JODOH
MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kelasjodohsfk
DALAM MENJARING MEMBER**

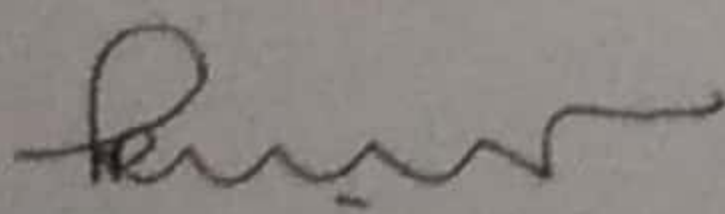
Disusun Oleh:

SELVIANA WULANDARI
NIM. 933503716

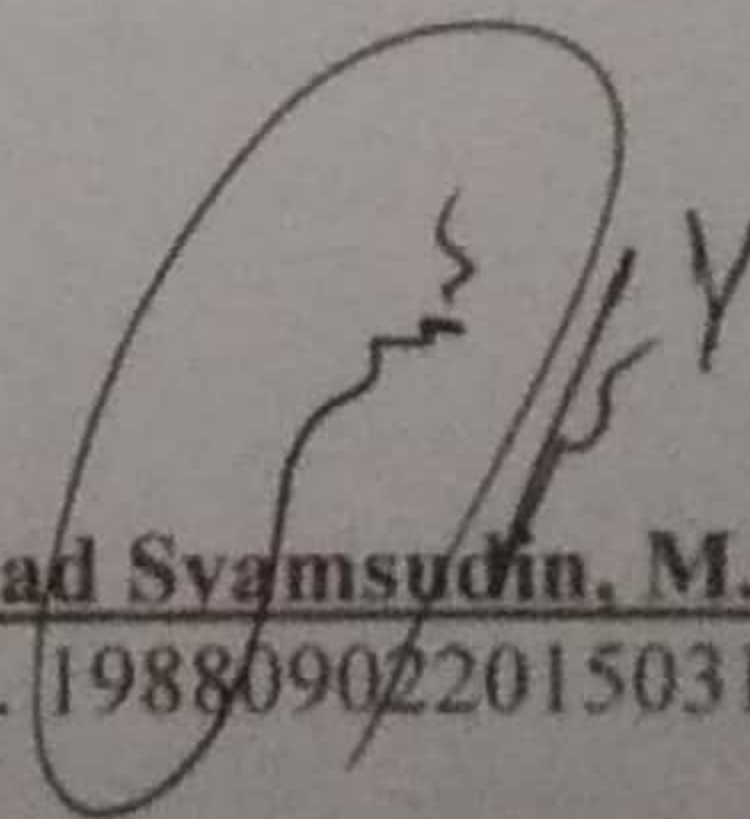
Disetujui oleh:

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
NIP. 198010142009122002



Ahmad Syamsudin, M.Kom
NIP. 198809022015031004

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN APLIKASI KELAS JODOH
MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kelasjodohsfk
DALAM MENJARING MEMBER**

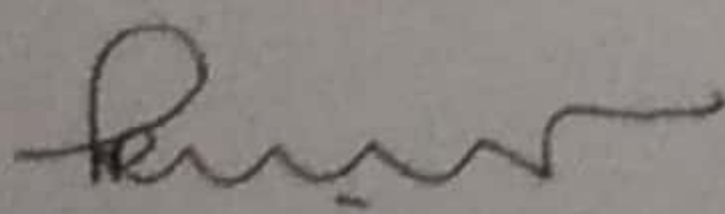
Disusun Oleh:

SELVIANA WULANDARI
NIM. 933503716

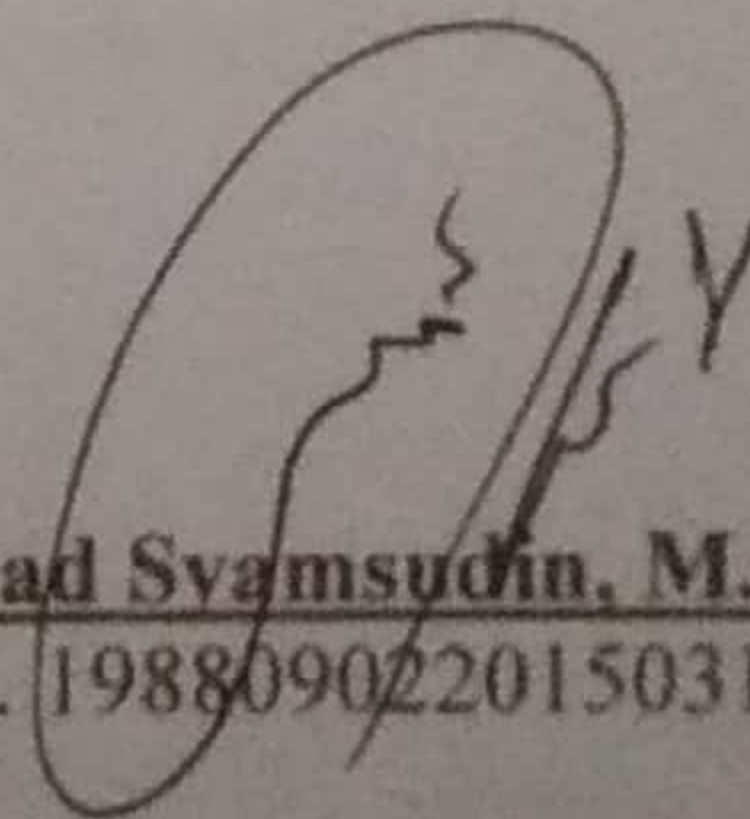
Disetujui oleh:

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
NIP. 198010142009122002



Ahmad Syamsudin, M.Kom
NIP. 198809022015031004

NOTA DINAS

Kediri, 7 Juli 2023

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

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama
Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : SELVIANA WULANDARI
NIM : 933503716
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN APLIKASI KELAS
JODOH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@kelasjodohsfk DALAM MENJARING MEMBER

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

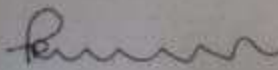
Bersama ini terlampir satu berkas maskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

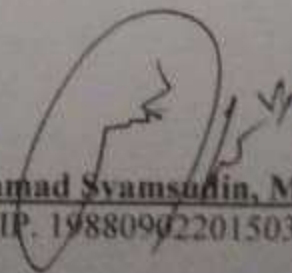
Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
NIP. 198010142009122002



Ahmad Syamsudin, M.Kom
NIP. 198809022015031004

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN APLIKASI KELAS JODOH MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kelasjodohsfk DALAM MENJARING MEMBER

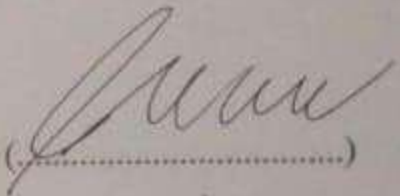
SELVIANA WULANDARI

NIM. 933503716

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Kediri pada tanggal 17 Maret 2023.

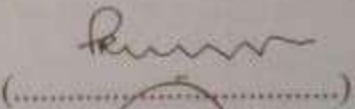
Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. M. Dimiyati Huda, M. Ag
NIP. 197403232000031003



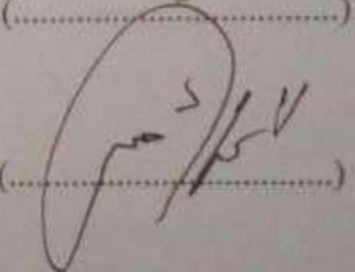
(.....)

2. Penguji I
Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
NIP. 198010142009122002



(.....)

3. Penguji II
Ahmad Syamsudin, M.Kom
NIP. 198809022015031004



(.....)

Kediri, 7 Juli 2023

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri



Dr. M. Khalil Thahir, M.HI
NIP. 197111212005011006

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selviana Wulandari

NIM : 933503716

Program Studi : Komunikasi & Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin & Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Kelas Jodoh Melalui Akun Media Sosial Instagram @kelasjodohsfk Dalam Menjaring Member”** adalah benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 7 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Selviana Wulandari

NIM. 9335.037.16



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
PERPUSTAKAAN

Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kota Kediri
E-Mail: perpustakaan@iainkediri.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Selviana Wulandari
NIM : 933503716
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin / Komunikasi Penyiaran Islam
E-mail address : selvianawulandari552@gmail.com
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Tesis Disertasi
 Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah : Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Kelas Jodoh Melalui Akun
Media Sosial Instagram @kelasjodohsfk Dalam Menjaring Member

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 10 November 2023

Penulis

(Selviana Wulandari)

MOTTO

Usia Terlalu Ringkas Untuk Dilakukan Tanpa Melakukan Perubahan

– Najwa Shihab-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini, terdapat berbagai macam hambatan yang dilalui oleh peneliti. Namun, berkat ridho Allah SWT serta doa dan semangat dari orang-orang terdekat, peneliti ini mampu menyelesaikan skripsi ini. Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Pamuji dan Ibu Siti Romelah yang telah mendidik saya dari kecil hingga saya bisa berada pada titik sekarang ini. Terimakasih yang tidak terhingga untuk kedua orang tua yang luar biasa.
2. Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bantuan, doa, dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ahmad Syamsudin, M.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengantarku menjadi gelar sarjana.
4. Nuryaumil Intan Khomariah S.IKom, Arifatul Ilmi S.Sos, Oky Setiawan S.Sos, Dwi Kholisatul Laila S.Sos, Febrina, Sysilia Febri Tri Sulistyowati S.M, Laila Nur Anggraini S.Psi, Yunus Rahmad Wijaya kalian sudah menjadi teman terbaik untuk saya selama menempuh pendidikan sarjana.
5. Tim Aplikasi Kelas Jodoh @*kelasjodohsfk* yang telah banyak membantu dalam proses pengumpulan data dan penelitian sampai terselesaikannya penelitian ini.

ABSTRAK

Selviana Wulandari, Dosen Pembimbing Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si dan Ahmad Syamsudin, M.Kom, Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Kelas Jodoh Melalui Media Sosial Instagram @kelasjodohsfk Dalam Menjaring Member, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, 2023.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial Instagram, Aplikasi Kelas Jodoh

Kelas jodoh adalah *platform e-learning* pranikah berbasis *mobile apps* yang berisi ilmu pranikah (*eBook*, video, tugas), tes kepribadian, diskusi, navigasi jodoh yang memudahkan sesama member untuk taaruf. Kelas jodoh mempromosikan produk jasanya di media sosial Instagram dengan menggunakan akun @kelasjodohsfk karena tingginya angka pengguna yang menjadi suatu keunggulan untuk menarik minat konsumen. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi pemasaran aplikasi kelas jodoh melalui akun media sosial Instagram @kelasjodohsfk dalam menjaring member.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran dari aplikasi kelas jodoh melalui akun media sosial Instagram @kelasjodohsfk. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis datanya menggunakan teori bauran pemasaran 7P, yaitu: *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *product @kelasjodohsfk* menekankan pemenuhan produk jasa melalui keunikan keamanan produk *e-learning* di kelas jodoh; (2) *price @kelasjodohsfk* menawarkan harga yang beragam; (3) *place* Instagram memiliki fitur yang menarik dan memiliki jangkauan audiens yang luas; (4) *promotion @kelasjodohsfk* menerapkan *push promotional strategy* dan *full promotion strategy* di *feed* Instagram (*reels*, foto, *carousel*), iklan Instagram *stories*, Instagram *live* melalui voucher untuk mendapatkan potongan harga, diskon, *give away*; (5) *people* target market @kelasjodohsfk dibagi menjadi empat segmentasi, yaitu: *demographic segmentation, psychographic segmentation, behavioral segmentation, geographic segmentation*; (6) *process* menggunakan *klinner content* yang mengikuti tren konten sedang hits pada masanya; (7) *physical evidence word of mouth (WOM)* dengan mempromosikan, merekomendasikan, membicarakan produk jasa (pembuatan testimoni dari konsumen, konsumen melakukan *review* dalam bentuk pernyataan tertulis atau video singkat tentang kepuasan konsumen terhadap produk jasa @kelasjodohsfk).

ABSTRACT

Selviana Wulandari, Supervised by Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si and Ahmad Syamsudin, M.Kom, Marketing Communication Strategi For Aplikasi Kelas Jodoh Through Instagram Social Media @kelasjodohsfk In Capturing Members, Islamic Communication and Broadcasting Study Program Faculty Of Ushuluddin and Dakwah IAIN Kediri, 2023.

Keywords: Strategy, Marketing Communication, Social Media Instagram, Aplikasi Kelas Jodoh

Kelas Jodoh is a mobile apps-based pre-marital e-learning platform that contains pre-marital knowledge (eBooks, videos, assignments), personality tests, discussions, dating navigation that makes it easier for fellow members to know. Kelas Jodoh promotes its service products on Instagram social media using the account @kelasjodohsfk because the high number of users is an advantage to attract consumer interest. This research examines the marketing communication strategy of the Kelas Jodoh application through the Instagram social media account @kelasjodohsfk in attracting members.

This study uses a descriptive qualitative method with the aim of analyzing the marketing communication strategy of the Kelas Jodoh application via the Instagram social media account @kelasjodohsfk Data collection is done by observation, interviews, and documentation. Data analysis uses the 7P marketing mix theory, namely: product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process.

The results of the study show that (1) the @kelasjodohsfk product emphasizes the fulfillment of service products through the unique security of e-learning products in the Kelas Jodoh; (2) price @kelasjodohsfk offers a variety of prices; (3) Instagram places have attractive features and have a wide audience reach; (4) promotion @kelasjodohsfk implements a push promotional strategy and a full promotion strategy on Instagram feeds (reels, photos, carousels), Instagram stories ads, Instagram live through vouchers to get discounts, discounts, give away; (5) people target market @kelasjodohsfk is divided into four segments, namely: demographic segmentation, psychographic segmentation, behavioral segmentation, geographic segmentation; (6) the process uses clinner content that follows trending content that is currently hits; (7) physical evidence word of mouth (WOM) by promoting, recommending, discussing service products (making testimonials from consumers, consumers reviewing them in the form of written statements or short videos about consumer satisfaction with @kelasjodohsfk service products).

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, tuhan semesta alam yang telah memberikan taufik, rahmat, serta hidayah-Nya bagi peneliti, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga Allah senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat di dunia maupun di akhirat. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah membimbing kita semua kejalan yang benar. Tidak lupa, peneliti juga menyampaikan banyak-banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan terutama kepada:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Halil Thahir, M,HI selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Ibu Siti Amanah, M.Si selaku Kepala Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.
4. Ibu Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si selaku dosen pembimbing I, Bapak Ahmad Syamsudin, M.Kom selaku dosen pembimbing II, dan Bapak Dr. M. Dimiyati Huda, M. Ag selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Kedua orang tua, Bapak Pamuji dan Ibu Siti Romelah, Alm kakak tercinta, Muhammad Slamet Widodo. Keluarga yang selalu memberikan support serta mendoakan dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Sahabat peneliti Nuryaumil Intan Khomariah S.IKom, Arifatul Ilmi S.Sos, Oky Setiawan S.Sos, Dwi Kholisatul Laila S.Sos, Febrina, Sysilia Febri Tri Sulistyowati S.M, Laila Nur Anggraini S.Psi, Yunus Rahmad Wijaya selama empat tahun yang telah kita lewati bersama merupakan kenangan yang tidak terlupakan.
7. Tim Aplikasi Kelas Jodoh @kelasjodohsfk yang telah membantu dalam kelancaran pengambilan data yang dibutuhkan peneliti selama pembuatan skripsi ini.
8. Semua pihak yang ikut andil dalam membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini, yang tidak mungkin peneliti sebutkan satu persatu. Semoga amal kebaikan dari pihak tersebut mendapatkan kebaikan dan senantiasa diberi keselamatan dan kebahagiaan oleh Allah SWT.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, karena itulah kritik dan saran para pembaca akan sangat membantu peneliti dalam pembuatan karya tulis selanjutnya. Semoga penelitian ini dapat memberikan inspirasi serta bermanfaat untuk semua pembaca.

Kediri, 7 Juli 2023
Tertanda

Selviana Wulandari
NIM. 933503716

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu	8
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Strategi Komunikasi Pemasaran	12
B. Instagram.....	13
C. Konsep Bauran Pemasaran.....	14
D. Pemasaran Jasa.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
B. Kehadiran Peneliti.....	23
C. Lokasi Penelitian.....	24
D. Data dan Sumber Data	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25

F. Analisis Data	27
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	28
H. Tahap Penelitian.....	28
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	30
A. Paparan Data	30
1. Profil Kelas Jodoh	30
2. Data Wawancara Narasumber	33
B. Temuan Penelitian.....	37
BAB V PEMBAHASAN	53
A. Strategi komunikasi pemasaran aplikasi kelas jodoh melalui akun media sosial instagram @ <i>kelasjodohsfk</i> dalam menjaring member.....	53
BAB VI PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Gambaran Umum Subjek.....	25
Tabel 4.1 Gambaran Struktur Organisasi Kelas Jodoh	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus Hidup Produk	17
Gambar 2.2 Tingkat Saluran Distribusi	20
Gambar 2.3 Bauran Pemasaran 7P	21
Gambar 3.1 Gambaran Umum Subjek	25
Gambar 3.2 Teknik Pengumpulan Data	26
Gambar 4.1 Logo Kelas Jodoh.....	30
Gambar 4.2 Keunikan Produk @kelasjodohsfk.....	39
Gambar 4.3 Keunikan Produk @kelasjodohsfk.....	40
Gambar 4.4 Harga Produk Jasa @kelasjodohsfk.....	41
Gambar 4.5 Harga Produk Jasa @kelasjodohsfk.....	42
Gambar 4.6 Harga Produk Jasa @kelasjodohsfk.....	43
Gambar 4.7 Harga Produk Jasa @kelasjodohsfk.....	44
Gambar 4.8 Harga Produk Jasa @kelasjodohsfk.....	45
Gambar 4.9 Promosi @kelasjodohsfk.....	46
Gambar 4.10 Promosi @kelasjodohsfk.....	47
Gambar 4.11 Testimoni @kelasjodohsfk.....	48
Gambar 4.12 Profil @kelasjodohsfk.....	49
Gambar 4.13 Target Market @kelasjodohsfk.....	50
Gambar 4.14 Konten Viral @kelasjodohsfk.....	51
Gambar 4.15 Bukti Fisik @kelasjodohsfk.....	52
Gambar 5.1 Presentase Pemuda Indonesia Menurut Status Perkawinan	54
Gambar 5.2 Keunikan @kelasjodohsfk.....	56
Gambar 5.3 Presentase Pengguna Media Sosial Instagram	60
Gambar 5.4 Presentase Media Sosial Paling Efektif Untuk Tujuan Bisnis	61
Gambar 5.5 Kendala @kelasjodohsfk.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA.....	778
DOKUMENTASI	80
RIWAYAT HIDUP.....	84