

**PERAN SPAM IKLAN DI KOLOM KOMENTAR INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KOSMETIK**

(Studi Kasus Pada Akun *@shop_herbal_fashion*)

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)



Oleh :

LUKMAN HAKIM

9.313.561.15

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN SPAM IKLAN DI KOLOM KOMENTAR INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KOSMETIK**

(Studi Kasus Pada Akun *@shop_herbal_fashion*).

LUKMAN HAKIM

NIM: 9.313.561.15

Disetujui Oleh:

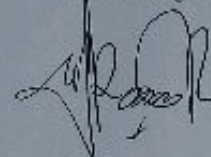
Pembimbing I



Drs. H. M. Mahdil Mawahib, S.H., M.Ag

NIP: 19640104 200003 1 002

Pembimbing II



Rofik Efendi, S.KOM., MM

NIP: 19690617 199803 1 002

NOTA DINAS

Kediri, 18 Januari 2020

Nomor :
Lampiran :
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada Yth. Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No.07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Lukaman Hakim

NIM : 931356115

Judul : Peran *Spam* Iklan di Kolom Komentar Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada *@shop_herbal_fashion*).

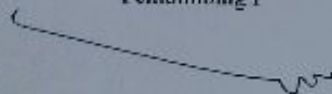
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian tingkat akhir sarjana strata satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang munaqasah.

Demikian agar maklum dan kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

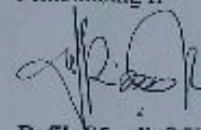
Pembimbing I



Drs. H. M. Mahdil Mawahib, S.H., M.Ag

NIP: 19640104 200003 1 002

Pembimbing II



Rofik Efendi, S.KOM., MM

NIP: 19690617 199803 1 002

NOTA KONSULTAN

Kediri, 18 Januari 2020

Nomor :
Lampiran :
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada Yth. Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No.07 Ngronggo Kediri

Assalamau'alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Lukaman Hakim

NIM : 931356115

Judul : Peran *Spam* Iklan di Kolom Komentar Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada *@shop_herbal_fashion*).

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian tingkat akhir sarjana strata satu (S-I).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang munaqasah.

Demikian agar maklum dan kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

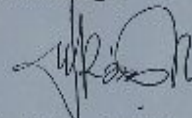
Pembimbing I



Drs. H. M. Mahdil Mawahib, S.H., M.Ag

NIP: 19640104 200003 1 002

Pembimbing II



Rofik Efendi, S.Kom., MM

NIP: 19690617 199803 1 002

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 18 Januari 2020

Nomor :
Lampiran :
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada Yth. Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No.07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Lukaman Hakim

NIM : 931356115

Judul : Peran *Spam* Iklan di Kolom Komentar Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada @shop_herbal_fashion).

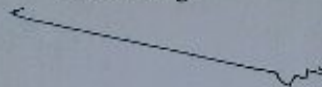
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian tingkat akhir sarjana strata satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang munaqasah.

Demikian agar maklum dan kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

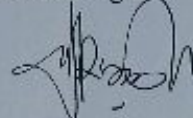
Pembimbing I



Drs. H. M. Mahdil Mawahib, S.H., M.Ag

NIP.19640104 200003 1 002

Pembimbing II



Rofik Efendi, S.Kom., M.M

NIP.19690617 199803 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN SPAM IKLAN DI KOLOM KOMENTAR INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KOSMETIK

(Studi Kasus Pada Akun @shop_herbal_fashion)

LUKMAN HAKIM

NIM: 9.313.561.15

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 8 Januari 2020

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Ali Samsuri, M.FI

NIP. 197610312009011003

2. Penguji I

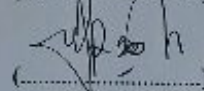
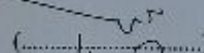
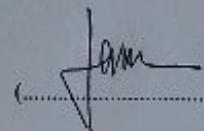
Drs. H. M. Mahdil Mawabib, S.H., M.Ag

NIP. 19640104 200003 1 002

3. Penguji II

Rofik Efendi, S.Kom., MM

NIP. 19690617 199803 1 002



Kediri, 18 Januari 2020

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. H. Imam Annas Mushlibin, M.III

NIP. 19750101 199803 1 002

MOTTO

مَا حَوَى الْعِلْمُ جَمِيعًا أَحَدٌ # لَا، وَلَوْ مَارَسَهُ أَلْفِي سَنَةً
لِنَّمَا الْعِلْمُ كَبْحَرٍ رَاحٍ # فَاتَّخِذْ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ أَحْسَنَةَ

Tiada seorangpun mengetahui semua ilmu

Tiada, sekalipun dia pelajarnya dua ribu tahun

Sesungguhnya ilmu itu ibarat lautan luas terbentang

Ambillah daripada perkara itu yang terbaik

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Saya Persembahkan Kepada:

Orang tua saya (Bapak Mariadi dan Ibu Mirawati)

Karena mereka adalah motivator dalam hidup saya, karena mereka adalah bagian dari jiwa saya yang tidak mungkin bisa dipisahkan dari kehidupan saya. Skripsi ini bukan hanya menjadi keberhasilan bagi saya semata, namun skripsi ini juga merupakan keberhasilan bagi mereka. Terima kasih yang tak terhingga atas kebaikan, ketulusan, serta pengorbanan untuk hidup saya, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Semoga kebahagiaan abadi selalu berpihak kepada mereka, semoga segala amal kebaikan dan ibadah mereka dapat dibalas oleh Allah SWT dengan balasan surga-Nya.

Aamiin...

ABSTRAK

LUKMAN HAKIM. NIM. 9.313.561.15. Dosen Pembimbing I Dr. H. M. Mahdil Mawahib, S.H., M. Ag, Dosen Pembimbing II Rofik Efendi, S. KOM., MM. Peran *Spam* Iklan di Kolom Komentar Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada Akun *@shop_herbal_fashion*), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri, 2015.

Kata Kunci: *Spam* Iklan, Instagram, Penjualan

Perkembangan dunia bisnis semakin pesat, membuat perusahaan dituntut untuk kreatif dalam hal mempromosikan produk maupun jasanya. Para pelaku bisnis berlomba-lomba dengan berbagai cara ataupun strategi untuk mempertahankan serta bersaing dengan usaha lainnya. Oleh karena itu diperlukan strategi terencana agar menarik perhatian dan dapat memenangkan pasar. Salah satu cara yang dilakukan yaitu melakukan promosi menggunakan *spam* iklan di laman komentar Instagram. Dalam hal ini peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana promosi produk kosmetik melalui *spam* iklan di kolom komentar Instagram dan bagaimana peranannya dalam meningkatkan penjualan produk kosmetik.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Prosedur pengumpulan data yaitu menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dengan sumber data yaitu dilakukan pada seluruh responden penelitian yang pernah mengetahui *spam* iklan produk kosmetik di kolom komentar instagram. Adapun analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data serta mengambil kesimpulan dan verifikasi.

Dalam penelitian ini, promosi produk kosmetik melalui *spam* iklan di kolom komentar Instagram menimbulkan dampak negatif, diantaranya adalah mengganggu kenyamanan bagi pembaca lain dan pemilik akun Instagram, dan adanya unsur penipuan. Meskipun berdampak pada pembaca yang terganggu, akun Instagram *@shop_herbal_fashion* tetap melakukan kegiatan promosi di kolom komentar Instagram, dengan ramah melayani dan menjawab pertanyaan calon konsumen serta mengarahkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumennya. *Spam* iklan produk kosmetik di kolom komentar Instagram tidak mengambil peran pemasaran secara efektif, karena tidak tampaknya wujud barang yang ditawarkan, dan hanya berupa tawaran untuk membeli, selain itu juga dipengaruhi oleh harga barang yang terlampau mahal. Sehingga banyak orang yang tidak menaruh minat beli mereka terhadap barang yang ditawarkan. *Spam* iklan yang dijalankan hanya sebatas untuk memberikan informasi suatu produk dan hanya menimbulkan rasa ingin tahu (*desire*) calon konsumen terhadap produk yang dipromosikan, serta sedikit yang berakhir pada pembelian.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi tepat pada waktunya, guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat dari zaman yang penuh dengan kedzaliman menuju zaman yang penuh dengan hukum syariat yakni agama Islam.

Dengan selesainya skripsi ini, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, M.M selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri dan Dr. H. Imam Annas Muslihin, M.HI selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, M.EI selaku ketua program pendidikan ekonomi syariah beserta staff karyawan/i atas segala kebijaksanaannya, perhatiannya dan dorongan semangatnya sehingga penulis selesai studi.
2. Bapak Drs. H. M. Mahdil Mawahib, S.H., M.Ag dan Bapak Rofik Efendi, S.KOM., MM selaku dosen pembimbing yang disela-sela

kesibukannya telah meluangkan waktu untuk membimbing hingga terselesaikannya skripsi ini.

3. Bapak dan Ibu dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
4. Semua responden yang telah berpartisipasi, antusias dan bersedia untuk di wawancara guna keperluan penelitian ini.
5. Sahabat-sahabat seperjuangan, khususnya untuk grup *Halan-halan* sekaligus *BoloNgopi* saya yaitu M. Afif Ma'ruf, Achmad Anwar Rifai, M. Arif Junaidi, M. Azis Masrukin, Sulthon Fahri, Nur'ain Khusnul Khotimah, Izzah Anisatil A'yuni, Erla Wulan Oktaviana, Evisna Nurvita, Umi Latifah, Zuli Agustin, Khusnul Khotimah, Afifah dan Novi Kurniasari. Selain itu, juga sahabat-sahabat lain yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan tentu masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan koreksi, bimbingan, pengarahan, kritik dan saran untuk memnyempurnakan skripsi ini. Akhirnya, penulis memohon taufiq dan hidayah-NYA semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun bagi para pembaca.

Kediri, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN NOTA KONSULTAN	iv
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
TRANSKRIPSI DAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Telaah Pustaka.....	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran.....14
2. Strategi Pemasaran dan Tujuannya.....17
3. Strategi Acuan/Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*).....19

B. Pengertian *Spam* Secara Umum

1. Definisi *Spam*.....24
2. Tujuan *Spam*.....26
3. Jenis-jenis *Spam*.....28
4. Dampak dari *Spam*.....31

C. Pengertian Iklan Secara Umum

1. Definisi Iklan.....31
2. Fungsi dan Tujuan Iklan.....34
3. Jenis-jenis Iklan36
4. Persoalan Etis dalam Iklam40

D. Penjualan

1. Definisi Penjualan42
2. Perencanaan Penjualan.....43

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....45
- B. Kehadiran Peneliti.....46
- C. Lokasi Penelitian.....46
- D. Sumber Data47
- E. Pengumpulan Data47
- F. Analisis Data50
- G. Pengecekan Keabsahan Data52
- H. Tahap-tahap Penelitian52

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah dan Profil Instagram54
 - a. Sejarah Terbentuknya Instagram dan Profil Lengkapnya54
 - b. Fungsi Instagram55
 - c. Istilah-istilah dalam Instagram.....57
2. Akun Instagram *@shop_herbal_fashion*61
 - a. Profil Akun Instagram *@shop_herbal_fashion*.....61
 - b. Manfaat dan Keunggulan Produk Kosmetik Shop Herbal Fashion69
 - c. Penjualan Produk Kosmetik Shop Herbal Fashion70

B. Paparan Data

1. Pengelolaan Akun *Spam* Iklan Produk Kosmetik Pada Akun Instagram *@shop_herbal_fashion*72
2. Akun *Spam* Iklan Produk Kosmetik.....78
3. Bahasa dan Karakter Tulisan *Spam* Iklan.....82
4. Tanggapan Selebriti Terhadap *Spam* Iklan.....84

C. Temuan Peneliti86

BAB V PEMBAHASAN

- A. Promosi Produk Kosmetik Melalui *Spam* Iklan di Kolom Komentar Instagram Pada Akun *@shop_herbal_fashion*90
- B. Peran *Spam* Iklan di Kolom Komentar Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kosmetik Pada Akun *@shop_herbal_fashion*94

BAB VI PENUTUP

- A. Kesimpulan.....98
- B. Saran99

DAFTAR PUSTAKA 101

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

TRANSKRIPSI DAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transkripsi adalah pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang akan didasarkan pada suara yang ditangkap oleh indera pendengaran. Misal نعمة الله ditulis *ni'matullah*. Pada umumnya tradisi ilmiah tidak menggunakan transkripsi untuk mengganti simbol huruf bahasa lain ke dalam huruf Latin.

Dalam hal ini tradisi ilmiah lebih cenderung menggunakan transliterasi daripada transkripsi. Transliterasi adalah pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain didasarkan pada asal penulisan (sedekat mungkin) dalam bahasa aslinya. Transliterasi Arab-Latin adalah penyalitan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan Pedoman Transliterasi adalah pedoman yang berisi tanda-tanda tertentu, sesuai dengan karakteristik huruf dan visualisasi bentuk teks. Pedoman dibuat agar setiap huruf terwakili dalam hasil transliterasi. Pedoman Transliterasi Arab-Latin disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Hal-hal yang dirumuskan secara konkret dalam Pedoman Transliterasi Arab-Latin meliputi konsonan, vokal, *maddah*, *ta'marbutah*, *shaddah (tasfīd)*, kata sandang, *hamzah*, penulisan kata, dan huruf kapital. Berikut ini penjelasannya secara berurutan:

1) Huruf Transliterasi

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ء	'	ض	Ḍ
ب	B	ط	Ṭ
ت	T	ظ	Ẓ
ث	Th	ع	'
ج	J	غ	Gh
ح	Ḥ	ف	F
خ	Kh	ق	Q
د	D	ك	K
ذ	Dh	ل	L
ر	R	م	M
ز	Z	ن	N
س	S	و	W
ش	Sh	ه	H
ص	Ṣ	ي	Y

2) Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap (*Saddah*), yang bersumber dari ya' nisbah (ya' yang ditulis sebagai penunjuk sifat) ditulis coretan di atasnya.

أحمدية : ditulis *Ahmadīyah*

Konsonan rangkap yang berasal dari bukan ya' nisbah ditulis double hurufnya

دال : ditulis *dalla*

3) Ta' Marbūṭah

a. Bila dimatikan ditulis "ah".

جماعة : ditulis *jamā'ah*

b. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain (sebagai Mudhaf), ditulis "at".

نعمة الله : ditulis *ni'mat Allah*

زكاة الفطر : ditulis *zakāt al-fitr*

4) Vokal Pendek

Fathah (◌َ) ditulis a, kasrah (◌ِ) ditulis i, dan dhammah (◌ُ) ditulis u, masing-masing dengan huruf tunggal.

5) Vokal Panjang (madd)

a panjang ditulis ā, i panjang ditulis ī dan u panjang ditulis ū, masing-masing dengan coretan di atas huruf a, i, dan u.

6) Bunyi Hidup Dobel

Bunyi hidup dobel (*diphthong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay” dan “aw” masing-masing untuk (أي) dan (أو)

7) Kata Sandang Alif + Lam

Jika terdapat huruf alif + lam yang diikuti huruf qamariyah maupun diikuti huruf shamsiyah, huruf *al* ditulis al-

الجمعة : ditulis *al-Jamī‘ah*

الشيعة :ditulis *al-Shī‘ah*

8) Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

9) Kata dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

Tetap konsisten dengan rumusan diatas, kata dalam rangkaian frase dan kalimat ditulis kata per kata.

شيخ الإسلام : ditulis *Shaikh al-Islām*

10) Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (seperti kata ijmak, nash, al-Qur’an, Hadith, dll.), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Rincian Harga Produk Kosmetik Pelangsing Shop Herbal Fashion.....	62
Tabel 1.2 Rincian Produk Kosmetik Pemutih Shop Herbal Fashion	64
Tabel 1.3 Rincian Produk Masker Shop Herbal Fashion.....	65
Tabel 1.4 Rincian Produk Kosmetik Penggemuk Badan.....	66
Tabel 1.5 Rincian Produk Kosmetik Peninggi Badan Shop Herbal Fashion	68
Tabel 1.6 Penjualan Produk Kosmetik Shop Herbal Fashion Tahun 2016-2019...	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2019	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Instagram 2019	3
Gambar 1.3 Komentar <i>Spam</i> di Instagram.....	6
Gambar.5 Produk Kosmetik Pelangsing Shop Herbal Fashion	46
Gambar.4 <i>Capture</i> tampilan Instagram Shop Herbal Fashion	48
Gambar.6 Produk Kosmetik Pemutih Shop Herbal Fashion	49
Gambar.7 Produk Masker Shop Herbal Fashion	50
Gambar.8 Produk Penggemuk Badan dari Shop Herbal Fashion	52
Gambar.9 Produk Kosmetik Peninggi Badan dari Shop Herbal Fashion	53
Gambar.10 Bukti Transaksi Penjualan.....	58
Gambar.11 <i>Capture</i> Bukti Pengiriman Produk	58
Gambar.12 <i>Capture</i> Bukti Halal.....	59
Gambar.13 <i>Capture</i> Testimoni Konsumen.....	59
Gambar.14 contoh <i>spam</i> iklan di kolom komentar Instagram.....	61
Gambar 15. Akun <i>Spam</i> Iklan	63
Gambar 16. Rekomendasi Produk Kosmetik Palsu	64
Gambar 17. Bahasa dan Karakter Tulisan <i>Spam</i> Iklan	65
Gambar 18. <i>Spam</i> Iklan Mendapat Perhatian	66
Gambar 19. Selebriti Terganggu <i>Spam Iklan</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Nota Konsultasi
- Lampiran 3 Dokumentasi
- Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup Penulis

