

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

**(STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM FAMOUS PHOTOGRAPHY
OFFICIAL)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)



Oleh :

Intan Gustin A
(933500815)

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) KEDIRI

2019

Halaman Persetujuan

Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun Instagram Famous Photography Official)

INTAN GUSTIN ANGGRAINI

NIM. 933500815

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

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

Ahmad Syamsudin, M.Kom
NIP. 19880902 201503 1 004

NOTA DINAS

Kediri, 26 September 2019

Nomor :

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth, Dekan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswi tersebut dibawah ini :

Nama : Intan Gustin Anggraini

Nim : 9335.008.15

Judul : **Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun Instagram Famous Photography Official)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersamaan dengan ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I

Pembimbing II

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

Ahmad Syamsudin, M. Kom
NIP. 19880902 201503 1 004

Halaman Pengesahan

Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun Instagram Famous Photography Official)

INTAN GUSTIN ANGGRAINI

NIM 9.335.008.15

Telah diajukan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 11 September 2019

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. M. Zaenal Arifin, M.HI (.....)

NIP. 19740825 19903 1 003

2. Penguji 1

Taufik Alamin, SS, M.Si (.....)

NIP. 19720725 200604 1 003

3. Penguji 2

Ahmad Syamsudin, M.Kom (.....)

NIP. 19880902 201503 1 004

Kediri, 11 September 2019
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri

Dr. M. Asror Yusuf, M. Ag
NIP. 19680714 199703 1 002

MOTTO

“Man Sara Ala Darbi Wasala”

“Barang siapa menapaki jalan-Nya pasti akan sampai tujuan”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu dosen IAIN Kediri yang telah memberikan ilmu begitu banyak sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Taufik Alamin, M. Si dan Bapak Ahmad Syamsudin, M. Kom yang telah sabar membimbing saya berkali-kali hingga selesainya skripsi ini.
3. Mas Algiano Pradhaneswara Santoso, S.T selaku penyemangat bagi penulis atas segala waktu, dan juga nasehat yang diberikan kepada penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Tim studio Famous Photography yaitu Mas Toni wilujeng, mas supriono Rahadi, dan juga mas Rismoyo yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan bantuan data dan informasi yang diberikan.
5. Teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri angkatan 2015.
6. Evy, Afifah, Dino, Olga, dan Elly, selaku sahabat dan juga teman seperjuangan bagi penulis yang saling menguatkan dan juga mengingatkan.
7. Selfi Yuliana selaku teman begadang penulis dalam mengerjakan skripsi dari awal hingga akhir.
8. Nisa Setiani selaku sahabat penulis yang selalu memberikan candaan yang menghibur penulis selama mengerjakan skripsi.
9. Juga teman-teman semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu berbagai hal atas terselesaikannya skripsi ini.

ABSTRAK

INTAN GUSTIN ANGGRAINI, Dosen Pembimbing TAUFIK ALAMIN, M.Si dan AHMAD SYAMSUDIN, M.Kom. : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun Instagram Famous Photography Official).

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Media Sosial Instagram, Studio Famous Photography

Semakin populernya media sosial instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto maupun video, berdampak pada pengguna bisnis online yang turut mempromosikan produknya melalui instagram. Munculnya industri-industri baru membuat pelaku bisnis harus mempunyai kreativitas dan juga strategi pemasaran yang dapat membuat bisnis yang dijalankan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan juga mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh studio foto Famous Photography dalam meningkatkan penjualan melalui media sosial instagram.

Dalam menganalisis strategi pemasaran studio foto Famous Photography melalui media sosial instagram, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan teori pemasaran SOSTAC yaitu (*Situation, Objectives, Strategy, Tactic, Action, Control*) oleh Paul R Smith. Dengan menggunakan teori SOSTAC akan membangun struktur perencanaan sebuah strategi pemasaran menjadi lebih komprehensif dan juga lebih baik sesuai dengan kondisi lingkungannya. Peneliti menggunakan metode wawancara dengan narasumber (pemilik studio, admin studio, fotografer, pelanggan), observasi, dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh studio foto Famous Photography melalui media sosial instagram memiliki beberapa hal yang harus diperhatikan dalam meningkatkan promosi penjualan. Selain itu alasan studio Famous Photography menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi yang utama adalah karena produk yang mereka tawarkan berupa jasa foto dan juga video, maka dari itu cara yang tepat untuk mempromosikannya yaitu melalui media sosial instagram. Strategi promosi yang digunakan oleh studio foto famous photography melalui media sosial instagram adalah dengan menonjolkan ciri khas kualitas editing foto dengan pemilihan *tone* foto yang berbeda dengan studio foto lain. Strategi selanjutnya untuk menjangkau banyak konsumen, studio famous photography menggunakan iklan berbayar di media sosial instagram.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun Instagram Famous Photography Official)”. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat :

1. Dr. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Siti Amanah, M.Si selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.
4. Taufik Alamin, SS, M. Si dan Ahmad Syamsudin, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.
6. Kedua orangtua, kakak-kakak penulis yang senantiasa mendoakan serta sabar memberikan dorongan kepada penulis untuk senantiasa menuntut ilmu setinggi mungkin dengan harapan penulis menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama dan diridhai Allah SWT.
7. Semua teman-teman seperjuangan angkatan 2015 yang telah bersama-sama menempuh perkuliahan di Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.
8. Seluruh keluarga besar Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri yang menjadi motivasi bagi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Mas Toni beserta karyawan dari studio foto Famous Photography
10. Evy, Olga, Dino, Afifah, Elly, dan Selfi yang telah menjadi sahabat terbaik juga menemani penulis baik dalam keadaan suka maupun duka.

11. Mas Algiano Pradhaneswara Santoso, S.T. selaku motivator pribadi penulis yang telah memberi dukungan serta doa kepada penulis.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Akhirnya penulis menyadari bahwa karya ini masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis harapkan adanya saran dan kritikan sebagai masukan untuk kesempurnaan karya ini. Sehingga nantinya semoga karya ini mempunyai arti dan memberi nilai tambah, dan semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya serta yang memerlukan data atau referensi untuk tulisan lain.

Aamiin Yaa Robbal 'alamiin.

Kediri, 26 September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Teoritik.....	8
1. Strategi.....	8
2. Komunikasi Pemasaran.....	10
3. Pemasaran Jasa	13
4. Bauran Pemasaran.....	15
5. Pemasaran Online.....	26

6. Pemasaran Media Sosial	27
7. Instagram.....	31
8. Teori SOSTAC	32
B. Telaah Pustaka	36
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Sumber Data.....	42
D. Subyek Penelitian	44
E. Pengumpulan Data	45
F. Tahap-tahap Penelitian.....	48
G. Teknik Analisis Data	51
H. Pengecekan Keabsahan Data	56
BAB IV: PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
1. Sejarah Studio Famous Photography	58
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	66
B. Paparan Data	68
C. Temuan Penelitian	73
1. Strategi Pemasaran Studio Famous Photography.....	73
2. Temuan Lapangan.....	79
BAB V: PEMBAHASAN	86
A. Strategi Pemasaran yang Diterapkan Studio Foto Famous Photography Melalui Media Sosial Instagram.....	86
B. Analisis Komunikasi.....	97
BAB VI: PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101

B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	I
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	VII

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	22
Tabel 2.2	33
Tabel 3.1	51
Tabel 3.2	52
Tabel 4.1	67
Tabel 4.2	67
Tabel 4.3	67
Tabel 4.4	81
Tabel 4.5	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.....	69
Gambar 4.2.....	71
Gambar 4.3.....	72
Gambar 5.1.....	87
Gambar 5.2.....	88
Gambar 5.3.....	89
Gambar 5.4.....	91
Gambar 5.5.....	92
Gambar 5.6.....	96
Gambar 5.7.....	100