

**STRATEGI KOMUNIKASI *INFLUENCER MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN *MAKE UP "BY KUKUH"***

SKRIPSI



SILLA SABILLA

933510918

**PROGAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
DESEMBER 2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI *INFLUENCER MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN *MAKE UP "BY KUKUH"***

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh

Silla Sabilla

933510918

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FALUKTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
DESEMBER 2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI *INFLUENCER MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN *MAKE UP "BY KUKUH"***

IAIN KEDIRI

SILLA SABILLA

NIM

933510918

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani,
M.Si

NIP: 19801014 2009122002

Saidah, S.Pd.I, M.Pd.I
NIDN. 2001128801

NOTA DINAS

Kediri, 10 Desember 2022

Nomor:

Lampiran:

Hal: Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Silla Sabilla

NIM : 933510918

Judul : Strategi Komunikasi *Influencer Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan *Make Up "By Kukuh"*

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

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

Demikian nota dinas dibuat, mohon maklumi dan atas kesedian Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani,

M.Si

NIP: 19801014 2009122002

Saidah, S.Pd.I, M.Pd.I

NIDN. 2001128801

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI *INFLUENCER MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN *MAKE UP "BY KUKUH"***

SILLA SABILLA

933510918

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Kediri pada tanggal 17 Januari 2023

Tim Penguji,

1) Penguji Utama

Dr. Prilani, M.Si

NIP. 19780421 200501 1 002

(.....)

2) Penguji I

Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si

NIP. 19801014 200912 2 002

(.....)

3) Penguji II

Saidah, S.Pd.I, M.Pd.

NIDN. 2001128801

(.....)

Kediri, 25 Januari 2023
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Dr. A. Halil Thahir, M.HI

NIP. 19711121200501 1 006

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silla Sabilla

NIM : 933510918

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi baik Sebagian ataupun seluruhnya. Apabila di kemudian 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, 14 Desember 2022

Yang membuat pernyataan

Silla Sabilla

HALAMAN MOTTO

“Seorang high value woman tidak akan menyalahkan beauty privilege yang dimiliki orang lain”

-Senja Rindiani-

ABSTRAK

Silla Sabilla, Dosen Pembimbing: Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si, Saidah, S.Pd.I, M.Pd.I, Strategi Komunikasi *Influencer Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan *Make Up "By Kukuh"*, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2022.

Kata Kunci: strategi, komunikasi *influencer marketing*, penjualan *make up "By Kukuh"*

Strategi komunikasi *influencer marketing* berfokus pada tujuan jangka panjang suatu perusahaan. *Influencer marketing* cocok sebagai salah satu pendekatan yang kuat dan dapat membantu perusahaan tumbuh dengan lebih cepat. Seorang *influencer* dipandang oleh pengikut atau *followers* mereka sebagai ahli yang dapat dipercaya. Rekomendasi atau dukungan *influencer* dapat membantu mereka dalam memperluas jangkauannya dan menghasilkan prospek yang baik. Dengan menggunakan strategi komunikasi *influencer marketing* jasa *make up "By Kukuh"* lebih banyak dikenal oleh masyarakat. Tujuan dari pada penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi *Make Up "By Kukuh"* dengan menggunakan *influencer marketing* dalam meningkatkan penjualan dan untuk mengetahui kendala dari strategi komunikasi yang dijalankan oleh *Make Up "By Kukuh"*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Objek dalam penelitian ini adalah *Make Up "By Kukuh"*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi data *collection* (pengumpulan data), data *reduction* (reduksi data), data *display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan/verifikasi).

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) strategi komunikasi *influencer marketing* dalam meningkatkan penjualan *make up "By Kukuh"* menggunakan bauran promosi yang meliputi periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). (2) Kendala yang dihadapi *influencer marketing make up "By Kukuh"* dalam melaksanakan pemasaran yaitu (1) Periklanan (*advertising*), Diana belum menguasai algoritma instagram, sehingga banyak postingan Diana yang belum sampai kepada target pasanya. (2) Penjualan Pribadi (*personal selling*), Diana menjelaskan kembali satu persatu kepada peserta kelas kecantikan yang malu bertanya, sehingga memakan waktu yang lama dalam penjualan pribadi. (3) Promosi Penjualan (*sales promotion*), batas waktu berlakunya promo atau voucher yang terlalu cepat, sehingga terkadang Diana lupa akan batas waktu promo dan vouchernya. (4) Hubungan Masyarakat (*public relation*), Diana dinilai kurang cepat dalam menjawab pertanyaan yang masuk ke akun instagramnya. (5) Pemasaran Langsung (*direct marketing*), banyak konsumen yang tidak mau bersabar dalam bertanya langsung. Hal tersebut membuat Diana kewalahan dalam menjalankan pemasaran langsung.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Komunikasi *Influencer Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan *Make Up “By Kukuh”*.

Penulis menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Dr. Wahidul Anam, M. Ag selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. A. Halil Thahir, M.HI selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Siti Amanah, M. Si selaku ketua program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.
4. Dr. Prilani, M.Si selaku penguji utama dalam sidang munaqosah.
5. Bu Prima Ayu Rizqi Mahanani, M. Si selaku dosen pembimbing I dan Bu Saidah, S.Pd.I, M.Pd.I selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dengan penuh ketulusan dan kesabaran hingga terselesainya skripsi ini.
6. Para informan *Influencer Marketing Make Up “By Kukuh”* yang telah membantu kelancaran penelitian ini seta memberikan data referensi sesuai kebutuhan penulis dalam melaksanakan penelitian.
7. Kedua orang tua Alm. Bapak Mudhofir dan Ibu Wiwik Sumarni, kakak-kakak terkasih Mochamad Yusuf Effendy, Maqdalena dan Mochamad Fiky Yunus, serta segenap keluarga besar tercinta dan tersayang yang selalu memberikan

dukungan, motivasi, semangat, dan do'a untuk diperlancarkan dalam penulisan skripsi ini.

8. Untuk teman-teman yang selalu ada di segala situasi khususnya, Shinta Suci, Natasya Maghfiratika Riznadya, Laras Harmoni, Nailul Munnal Anisi, Erna Dyah Luthfi Rosyidah, Siti Hamida, Nurul Hidayatul Rosidah, dan Mochamad Yusuf.
9. Semua teman-teman mahasiswa IAIN Kediri khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2018, serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
10. Terakhir untuk Silla Sabilla, terimakasih sudah mau bertahan hidup sampai saat ini. Ayo bersama-sama kita hadapi masalah yang akan datang kedepannya, semangat jangan pernah menyerah dan sukses selalu.

Penulis mendoakan semoga segala kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan dari berbagai pihak mendapat pahala ganda dari Allah SWT. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis berharap karya tulis ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Amin.

Kediri, 14 Desember 2022

Penulis

Silla Sabilla
933510918

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Penelitian Terdahulu.....	12
F. Definisi Istilah	17
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Komunikasi	18
1. Pengertian Strategi Komunikasi	18
2. Promosi	20
3. Bauran Promosi	22
B. <i>Influencer Marketing</i>	25

1. Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	25
2. Kategori <i>Influencer Marketing</i>	26
C. Media Sosial Instagram	27
1. Pengertian Media Sosial	27
2. Fungsi Media Sosial	29
3. Karakteristik Media Sosial	30
4. Pengertian Instagram	32
5. Fitur-fitur Instagram	34
6. Kelebihan Instagram	35
7. Kekurangan Instagram	35
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian	38
C. Kehadiran Peneliti	38
D. Data dan Sumber Data	39
E. Pengumpulan Data	40
F. Analisis Data	43
G. Pengecekan Keabsahan Data	45
H. Tahap - Tahap Penelitian	46
BAB IV	PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN
A. Gambaran Umum Penelitian	50
1. Gambaran Umum Subyek Penelitian	50
2. Visi dan Misi <i>Make up "By Kukuh"</i>	53
3. Rangkaian Kegiatan <i>Make up "By Kukuh"</i>	54

B. Paparan Data.....	55
C. Temuan Penelitian	71
BAB V PEMBAHASAN	
A. Strategi Komunikasi <i>Influencer Marketing</i> Dalam Meningkatkan Penjualan <i>Make Up</i> “By Kukuh”	74
B. Kendala Dari Strategi Yang Dijalankan Oleh <i>Make Up</i> “By Kukuh”	81
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	88
Daftar Pustaka	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data hasil sebelum dan sesudah menggunakan <i>Influencer Marketing</i>	9
Tabel 4.1	Rangkaian Kegiatan <i>Make Up "By Kukuh"</i>	54
Tabel 4.2	Keunggulan dan Kelemahan Pesaing MUA Kukuh.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Insight</i> Instagram Sebelum Menggunakan <i>Influencer</i> <i>Marketing</i>	8
Gambar 2.1	Logo Instagram.....	34
Gambar 4.1	Portofolio MUA Kukuh.....	51
Gambar 4.2	Portofolio Diana Rahmatul Putri (<i>Influencer</i>).....	53
Gambar 4.3	Akun Instagram di_anaputri	58
Gambar 4.4	Promosi Penjualan	60
Gambar 4.5	<i>Voucher</i> Khusus.....	61
Gambar 4.6	Pernyataan Dari Konsumen	63
Gambar 4.7	Kelas Kecantikan.....	64
Gambar 4.8	Akun Instagram @makeupbykukuh.....	67
Gambar 4.9	Akun Instagram @makeupbyiirma	67