



Strategi Komunikasi Pemasaran Beally Collection Melalui Media Sosial (Instagram)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Ridha Maulidya
04020520076

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ridha Maulidya
NIM : 04020520076
Program Studi: Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Beally Collection Melalui Media Sosial (Instagram)” merupakan karya sendiri. Hal yang bukan termasuk karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik akan hal tersebut.

Surabaya, 26 Maret 2024
Yang membuat pernyataan



Ridha Maulidya
NIM. 04020520076

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Ridha Maulidya
NIM : 04020520076
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jjudul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Beally
Collection Melalui Media Sosial
(Instagram)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 14 Desember 2023
Dosen Pembimbing,



Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si
198311182009011006

PENGESAHAN TIM PENGUJI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BEALLY COLLECTION MELALUI MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM)

SKRIPSI

Disusun Oleh:
Ridha aulidya
04020520076

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu pada tanggal 07 Maret 2024

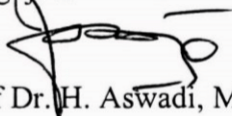
Tim Penguji

Penguji I



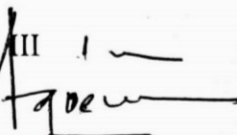
Advan Navis Zubaidi,
S.ST, M.Si
NIP. 198311182009011006

Penguji II



Prof Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

Penguji III



Dr. Agoes Moh. Moefad,
SH, M.Si
NIP. 197008252005011004

Penguji IV



Dr. Hj. Lilik Hamidah,
S.Ag, M.Si
NIP. 197312171998032002



Surabaya 18 Maret 2024

Dr. Moch. Cholul Arif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 110171998031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ridha Maulidya
NIM : 04020520076
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
E-mail address : ridha27502@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Strategi Komunikasi Pemasaran Beally Collection Melalui Media Sosial (Instagram)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya 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 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 UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Maret 2024

Penulis



(Ridha Maulidya)

ABSTRAK

Ridha Maulidya, NIM 04020520076, 2024. Strategi Komunikasi Pemasaran Beally Collection Melalui Media Sosial (Instagram).

Strategi komunikasi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang memuat perencanaan hingga implementasinya yang ditujukan kepada target sasaran untuk menerima, membeli hingga loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana perencanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Beally Collection hingga implementasinya melalui Instagram.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa perencanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Beally Collection adalah dengan membuat iklan *marketplace*, konten untuk tiktok dan Instagram, serta melakukan *endorsement*. Sedangkan implementasi dari perencanaan komunikasi pemasaran tersebut yang melalui Instagram adalah menggunakan warna *cool tone* untuk desain *feeds*, pemberian konsep *feeds* seperti katalog produk dengan divariasikan visualisasi detail produk dan testimoni. Konsep *story* Instagram yang ringan dan informatif serta disisipkannya Instagram *link sticker*.

Kata Kunci: Bisnis *Online*, Komunikasi Pemasaran, Strategi Pemasaran, Pemasaran Digital dan Instagram

ABSTRACT

Ridha Maulidya, NIM 04020520076, 2024. Beally Collection Marketing Communication Strategies in Increasing Sales Through Social Media (Instagram).

A marketing communication strategy is a marketing activity that includes planning to implement at aimed at target customers to accept, buy and be loyal to products offered by the company.

In this study, we discuss how Beally Collection plans to increase its product sales through social media (Instagram) to its implementation through Instagram.

From the results of this research, it was found that the marketing communications planning carried out by Beally Collection was by creating marketplace advertisements, content for TikTok and Instagram, as well as providing endorsements. Meanwhile, the implementation of the marketing communication plan via Instagram is using cool tone colors for feed design, providing feed concepts such as product catalogs with varied visualizations of product details and testimonials. The concept of Instagram stories is light and informative and the Instagram link sticker is inserted.

Keywords: Online Shop, Marketing Communication, Marketing Strategy, Digital Marketing and Instagram.

خلاصة

رضا مولديا، ٢٠٢٤، ٠٠٤٠٢٠٥٢٠٠٧٦. استراتيجيات الاتصالات التسويقية لمجموعة بلل في زيادة المبيعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي (انستغرام).

استراتيجية الاتصالات التسويقية هي نشاط تسويقي يتضمن التخطيط للتنفيذ بهدف استهداف العملاء المستهدفين لقبول المنتجات التي تقدمها الشركة وشرائها والولاء لها.

نناقش في هذه الدراسة كيف تخطط شركة بلل قللكشن لزيادة مبيعات منتجاتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي (انستغرام) وصولاً إلى تنفيذها من خلال انستغرام.

من نتائج هذه الدراسة. لقد كان من الممتع أن تخطيط بلل قللكشن لزيادة المبيعات عبر انستغرام كان يتمثل في إنشاء إعلانات سوقية ومحتوى لتيك توك وانستغرام والتأييد. وفي الوقت نفسه، يتمثل تنفيذ التخطيط من خلال انستغرام في استخدام درجة اللون الرائعة لتصميم الخلاصات، مما يعطي مفهوم الخلاصات مثل كتالوج المنتج مع تصور لتفاصيل المنتج وشهاداته. مفهوم قصة انستغرام خفيف وغني بالمعلومات ويتضمن ملصق رابط انستغرام.

الكلمات المفتاحية: التسوق عبر الإنترنت، الاتصالات التسويقية، استراتيجية التسويق، التسويق الرقمي وانستغرام.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	E
rror! Bookmark not defined.i	
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
خلاصة	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Definisi Konsep.....	4
F. Sitematika Pembahasan	7
BAB II : KAJIAN TEORITIK	8
A. Kerangka Teoritik.....	8
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	8
2. Pemasaran Digital	14
3. Teori Bauran Pemasaran.....	18
4. Perspektif Islam	23
B. Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III : METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31

B. Lokasi Penelitian	31
C. Jenis dan Sumber Data.....	32
D. Tahap-Tahap Penelitian	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Validitas Data	34
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	36
1. Profil Beally Collection.....	36
2. Profil Informan	38
B. Penyajian Data.....	39
1. Perencanaan Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Beally Collection	39
2. Implementasi Dari Perencanaan Komunikasi Pemasaran Yang Telah Dibuat Oleh Beally Collection Melalui Media Sosial (Instagram).....	46
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)	50
1. Perspektif Teori.....	50
2. Perspektif Islam	66
BAB V : PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran dan Rekomendasi.....	70
C. Keterbatasan Penelitian.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kerangka Teori Penelitian.....	23
Gambar 4.1.1.1 Postingan untuk menonjolkan produk.....	51
Gambar 4.1.1.2.1 Contoh postingan untuk variasi warna produk pada <i>feeds</i> instagram	52
Gambar 4.1.1.2.2 Contoh postingan untuk variasi warna produk pada <i>story</i> Instagram	53
Gambar 4.1.1.3.1 Contoh postingan detail produk pada <i>feeds</i> Instagram	54
Gambar 4.1.1.3.2 Contoh postingan detail produk pada <i>story</i> Instagram	54
Gambar 4.1.1.3.3 Contoh postingan detail produk lainnya pada <i>story</i> Instagram	55
Gambar 4.1.2 Contoh postingan untuk memberitahukan harga pada <i>story</i> Instagram	56
Gambar 4.1.3.1 Contoh postingan untuk memberitahukan akun shopee Beally Collection melalui <i>story</i> Instagram	57
Gambar 4.1.3.2 Contoh postingan untuk memberitahukan akun Lazada Beally Collection melalui <i>story</i> Instagram.....	58
Gambar 4.1.3.3 Contoh postingan untuk memberitahukan akun <i>marketplace</i> Beally Collection melalui <i>caption feed</i> Instagram.....	59
Gambar 4.1.3.4 Tampilan <i>link in bio</i>	60
Gambar 4.1.4.1 Contoh konten untuk promosi pada <i>story</i> Instagram (variasi produk)	61
Gambar 4.1.4.2 Contoh konten untuk promosi pada <i>story</i> Instagram (detail produk)	62
Gambar 4.1.4.3 Contoh konten untuk promosi pada <i>story</i> Instagram (testimoni kosumen terhadap produk)	63
Gambar 4.1.4.4 Contoh konten untuk promosi pada <i>story</i> Instagram (<i>outfir ideas</i>).....	64

Gambar 4.1.4.5 Contoh konten untuk promosi pada *story* Instagram (*try on*)65



DAFTAR PUSTAKA

- ‘Al-Baqarah - البقرة | Qur’an Kemenag’
<<https://quran.kemenag.go.id/sura/2/286>>
- Armawan, Iwan, "Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat", *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 1.2 (2021), 84–95
- CHt, Denok Sunarsi, S. Pd , M. M., *Strategi Pemasaran Berbasis Digital* (Cipta Media Nusantara, 2023)
- Dari, Suci Wulan, Zainun Zainun, and Hasrat Efendi Samosir, "Changes in Attitudes of the Young Generation in Persuasive Communication “Berani Hijrah” Community", *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4.3 (2021), 6482–92
- Hakim, Abdul, "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI KOTA MALANG (STUDI KASUS PADA BISNIS PEMAIN DAN PECINTA SEPAK BOLA)", *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1.7 (2020), 1449–58
- Hamud, Jabaluddin-, and Mujahidin Mujahidin, "Analisis Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Beberapa Perusahaan Di Kota Palopo", *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3.2 (2021)
- Irawan, Alqa Ridho, "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan

Produk Bangbrew", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]*, 2.2 (2022)

Kalibato, Jose Cristopher Natanael, "Strategi Komunikasi Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen" (unpublished other, Univeristas Komputer Indonesia, 2021)

Kurniawan, Dr. Angga, *TECHNOPRENEUR* (GUEPEDIA, 2023)

Longdong, James David, Debby D. V Kawengian, and Julius L. K. Randang, "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGEMBANGKAN KEDAI TRAP KOPI MANADO", *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 3.4 (2021)

Matuli, Tevin Albert, "KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PRODUK START FRIDAY ASIA SURABAYA", 2021

Maylinda, Silvia, and Indah Purnama Sari, "OPTIMALISASI INTEGRATED DIGITAL MARKETING DALAM STRATEGI PEMASARAN UMKM IMAGO RAW HONEY", *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7.4 (2021), 521–33

Mubarok, Isnaini Ramadhan, "JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO", 2021

Novia, Susanti, "IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN KOPERASI PADA PERMODALAN NASIONAL

MADANI (PNM) MEKAR KECAMATAN PESISIR
TENGAH KABUPATEN PESISIR BARAT"
(unpublished diploma, UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2022)

Oktaviani, Nabila Frisca, Selviani Selviani, and Fuad Khairan,
"Pengaruh Penggunaan Alat Komunikasi Digital
Terhadap Komunikasi Personal Orang Tua Dan Anak",
Syntax Idea, 4.11 (2022), 1621–32

Permatasari, Indah, and Hendri Hermawan Adinugraha,
"Marketing Communication Strategy in Increasing
Sales of Pottery Products", *Indonesian Journal of
Islamic Economics Research*, 3.2 (2021), 73–82

Pramusinta, Billa Dea, "Digital Marketing Sebagai Strategi
Komunikasi Pemasaran Coffee Marroan Dalam
Meningkatkan Jumlah Konsumen", *Jurnal Ilmiah
Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]*, 2.2
(2022)

Pramusinta, Billa Dea, "Digital Marketing Sebagai Strategi
Komunikasi Pemasaran “Coffee Marroan” Dalam
Meningkatkan Jumlah Konsumen", 2021

Pratama, Satrya Surya, "URGENSI PENERAPAN
INSTRUKSI PRESIDEN NOMOR 2 TAHUN 2022
PADA PELAKSANAAN PENGADAAN
BARANG/JASA PEMERINTAH", *Jurnal Komunikasi
Hukum (JKH)*, 8.2 (2022), 570–81

Pratiwi, Veronica, and Umaimah Wahid, "STRATEGI
PEMASARAN DIGITAL DALAM

MENINGKATKAN PENJUALAN PT. BUKKU
MEDIA INTEGRASI (BUKKU) PADA MASA
PANDEMI COVID 19 MELALUI INSTAGRAM
@BUKKUID", *Jurnal Komunikasi Universitas Garut:
Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 7.2 (2021), 710–24

Putri, Adelia Rizka, "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital
@karnevor.Id Melalui Media Sosial Instagram"
(unpublished undergraduate, UIN Sunan Ampel
Surabaya, 2023)

Ramadhan, Bima Rizky, and Wulan Tri Gartanti, "Strategi
Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui
Instagram", *Jurnal Riset Public Relations*, 2022, 47–52
<<https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.886>>

Rauf, Abdul, Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah
P.S, Farah Diba, Ilham Akbar, Robi Awaluddin, and
others, *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*
(Penerbit Insania, 2021)

Sari, Sanlona, "IMPLEMENTASI MARKETING MIX PADA
PEMASARAN PRODUK COOKIES CUCURBITA
MOSCHATA (LABU KUNING) DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM" (unpublished
diploma, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022)

Sariwaty, Yulia, Diny Fitriawati, and Maya Retnasary, "THE
ROLE OF INSTAGRAM AS A MARKETING
COMMUNICATION MEDIA FOR FASHION
THRIFTING SALES", *JURNAL KOMUNIKASI DAN
BISNIS*, 9.2 (2021), 97–102

- Simangunsong, Jhonson Haryady, "PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN IM PARFUME DI KOTA MEDAN", 2021
- Supanji, Tratama Helmi, "Pemerintah Gelorakan Penggunaan Produk Lokal Dalam Negeri | Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia Dan Kebudayaan"
- Syukri, Adya Utami, and Andi Nonong Sunrawali, "Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah", 2022
- Yusuf, Chaerul, Aziz Muhammad, and Deny Ernawan, "Pengembangan Strategi Komunikasi Pemasaran Olahan Ikan Melalui Media Sosial (Instagram) Di Desa Patimban Kecamatan Pusakanagara Kabupaten Subang", *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi*, 2023
- Zikri, M. Haufandi, Erri Supriadi, and M. Azizurrohman, "Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Daya Tarik Wisata Abangan (Studi Kasus :Dusun Repok Pengerjek Desa Pringgarata Kabupaten Lombok Tengah)", *Journal Of Responsible Tourism*, 3.2 (2023), 773–80