

**STRATEGI KONTEN @ZACO.ID_ DALAM MEMPROMOSIKAN
PRODUKNYA MELALUI MEDIA INSTAGRAM**

SKRIPSI



OLEH :

ROFIFAH YUMNA
17043010025

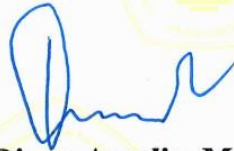
**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Startegi Konten @Zaco.Id_ Dalam Mempromosikan Produknya Melalui Media Instagram
Nama Mahasiswa : Rofifah Yumna
NPM : 17043010025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Lisan

PEMBIMBING



Dr. Diana Amalia, M.Si

NIP 196309071991032001

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji M. SI.

NIP. 196804182021211006

**STRATEGI KONTEN @ZACO.ID_ DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUKNYA
MELALUI MEDIA INSTAGRAM**

Oleh:

ROFIFAH YUMNA
NPM. 17043010025

**Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada tanggal 12 Januari 2023

Pembimbing,



Dr. Diana Amalia, M.Si

NIP 196309071991032001

Tim Penguji,

1. Ketua



Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si

NIP. 197006122021211002


2. Sekretaris



Syafrida Nurrachmi, S.SOS, M.MED.KOM

NIP. 19830223021212008

3. Anggota



Dr. Diana Amalia, M.Si

NIP 196309071991032001

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji M. Si.

NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rofifah Yumna
NIM : 17043010025
Fakultas / Program Studi : FISIP / Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi / Tugas Akhir / Tesis / Disertasi : Startegi Konten @Zaco.Id_ Dalam Mempromosikan Produknya Melalui Media Instagram

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusipendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 Januari 2023

Yang Menyatakan



2000
TOL. 20
METERAN
TEMPEL
E76CBAKX263796715

(Rofifah Yumna)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Strategi Konten @zaco.id_ Dalam Mempromosikan Produknya Melalui Media Instagram** “. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh sidang skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.

Pada proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada Ibu Dra. Diana Amalia, MSi, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dan pengarahan sampai terselesaikannya skripsi ini.

Selain itu juga penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua dan kedua adik penulis, serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan dalam berbagai hal untuk penulis yang tentu tidak bisa terbalas jasanya.
2. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Veterean “ Jawa Timur.
3. Dr. Yuli Candrasari, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.

4. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.
5. Terima kasih kepada teman – teman penulis yaitu Nasywa, Safira, Ummah, Putri, dan Novi atas semangat dan motivasi yang diberikan.
6. Serta Terima kasih kepada Alfiansyah Henry Puranto yang telah membantu penulis serta memberikan semangat setiap harinya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak.

Surabaya, 12 Januari 2023

Rofifah Yumna

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB 1	1
1.1 latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB 2	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	19
2.2.2 Karakteristik Media Sosial	20
2.2.3 Instagram Sebagai Media Sosial.....	23
2.2.4 Sosial Media Marketing.....	24
2.2.5 <i>Content Marketing</i>	24
2.2.6 Konten Instagram	25
2.2.7 The Circular Model of Some.....	27
2.2 Kerangka Berpikir.....	29
BAB 3	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Definisi Konseptual.....	31

3.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	31
3.2.2 Konsep AIDA.....	32
3.2.3 Promosi Penjualan	33
3.2.4 Media Sosial Instagram.....	33
3.3 Infroman Penelitian	34
3.4 Lokasi Penelitian	35
3.5 Metode Pengumpulan Data	35
3.6 Metode Analisis Data	36
BAB 4	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram @zaco.id_	38
4.1.2 Visi dan Misi Akun Instagram @zaco.id_.....	39
4.2 Identitas Informan Penelitian.....	39
4.3 Penyajian dan Analisis Data.....	40
4.3.1 <i>Share</i>	41
4.3.2 <i>Optimize</i>	49
4.3.3 <i>Manage</i>	50
4.3.4 <i>Engage</i>	51
4.4 Pembahasan.....	53
4.4.1 <i>Share</i>	53
4.4.2 <i>Optimize</i>	57
4.4.3 <i>Manage</i>	59
4.4.4 <i>Engage</i>	60
BAB 5	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 Pengimplementasi Teori dengan Kondisi Lapangan	66

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir	32
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Katalog Produk Zaco	50
Gambar 4.2 <i>Size Chart</i> Produk Zaco	51
Gambar 4.3 Testimoni Pelanggan Zaco	52
Gambar 4.4 Tutorial Penggunaan Produk Zaco	53
Gambar 4.5 Promosi Produk Zaco	54
Gambar 4.6 Caption Pada Konten Instagram Zaco	56

ABSTRAK

ROFIFAH YUMNA, 17043010025, STRATEGI KONTEN @ZACO.ID_ DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUKNYA MELALUI MEDIA INSTAGRAM

Dalam perkembangannya, internet mampu melahirkan suatu jaringan baru yang biasa di kenal dengan sebutan media sosial. Media sosial saat ini banyak di gunakan untuk menyebarluaskan atau memberikan berbagai informasi, hingga kegiatan promosi suatu produk. Saat ini banyak para pemasar yang melakukan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk atau jasa melalui media sosial instagram sebagai alternatif untuk melakukan pendekatan kepada calon konsumen yang menyebabkan persaingan yang terjadi semakin ketat di dalam kegiatan pemasaran produk melalui sosial media. Untuk itu, para pebisnis online shop harus pandai dan kreatif dalam melakukan strategi pemasaran agar produk yang di pasarkan memiliki keunggulan lebih dari pada produk pesaing lain nya. tujuan dilakukan nya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi konten yang dilakukan oleh akun instagram @zaco.id_ dalam mempromosikan produknya melalui media instagram dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah content marketing penting dilakukan untuk mengenalkan brand, content marketing lebih berfokus pada produksi konten yang relevan, content marketing yang berkualitas dapat meyakinkan para calon konsumen pada brand.

Kata Kunci: Media Sosial, Konten Marketing, Instagram

ABSTRACT

ROFIFAH YUMNA, 17043010025, CONTENT STRATEGY @ZACO.ID_ IN PROMOTING ITS PRODUCTS THROUGH INSTAGRAM MEDIA

In its development, the internet is able to give birth to a new network that is commonly known as social media. Social media is currently widely used to disseminate or provide various information, to the activities of a product. Currently, many marketers carry out marketing or promotional activities for a product or service through Instagram social media as an alternative to approaching potential consumers which causes increasingly fierce competition in product marketing activities through social media. For this reason, online shop businesses must be clever and creative in carrying out marketing strategies so that the products marketed have more advantages than other competing products. The purpose of this research is to find out the content strategy carried out by the Instagram account @zaco.id_ in promoting its products through Instagram media using descriptive qualitative research methods. The results of this study are –content marketing is important to introduce the brand, –content marketing is more focused on producing relevant content, –quality content marketing can convince potential consumers to the brand.

Keywords: Social Media, Content Marketing, Instagram