

**UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN BATIK NEW COLET JOMBANG MELALUI
PEMANFAATAN MEDIA SOCIAL INSTAGRAM**

(STUDI PADA BATIKNEWCOLET)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

YUANITA SOEWARNO

17042010051

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN BATIK NEW COLET JOMBANG
MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOCIAL INSTAGRAM
(STUDI PADA BATIKNEWCOLET)**

Disusun Oleh :

YUANITA SOEWARNO
NPM. 17042010051

Telah disetujui untuk mengikuti Seminar Proposal

**Menyetujui,
PEMBIMBING**

Dra. ETTY DWI SUSANTI, M.Si

NIP.196805011994052001

Mengetahui,

DEKAN



DR. CATUR SURAAATNOAJI, M.Si

NPT . 3 6804 94 0028 1

LEMBAR PENGESAHAN


**UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN BATIK NEW COLET JOMBANG
MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOCIAL INSTAGRAM
(STUDI PADA BATIKNEWCOLET)**

Oleh :

YUANITA SOEWARNO
NPM. 17042010051

Telah dipertahankan dan diterima oleh tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 13 Januari 2023

PEMBIMBING UTAMA


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032001

2. Sekretaris


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001


DR. CATUR SURAAATNOAJL.M.Si
NPT. 3 6804 94 0028 1

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Batik Colet Jombang)”**.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak hambatan yang penulis alami, tetapi syukurlah bahwa laporan ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan laporan ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Selesainya kegiatan hingga laporan ini tidak lepas dari Ibu Ety , selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. C. Gendut Sukarno, MS.CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi ILMU Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Bapak Sutrisno dan Ibu Yani selaku pemilik Batik Colet Jombang dan seluruh karyawan serta konsumen Batik Colet Jombang yang telah membantu memberikan informasi kepada penulis.
5. Kedua Orang Tua yang selalu member dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Diana Nur Wahyuning Mahardika, tetangga kasur sekamar kos yang selalu meemberi dukungan dan semangat kepada peenulis menyelesaikan laporan skripsi ini.
7. Seluruh sahabat G-Squad yang selalu membantu dan memberi dukungan penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi.
8. Kepada diri sendiri yang selalu mempunyai banyak sabar.

Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan laporan ini.

Jombang, 9 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	3
BAB 1 Error! Bookmark not defined.PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Secara Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Secara Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.3 Strategi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.4 Konsep Strategi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.

2.2.1.5 Bauran Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.2 Kkomunikai Pemasaran Online	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Sosial Media Marketing	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.1 Pengertian Sosial Media Marketing	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.2 Kelebihan Sosial Media Marketing	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.3 Macam-macam Sosial Media	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.4 Manfaat Sosial Media	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Online.....	Error!
Bookmark not defined.	
2.2.4 Instagram	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.1 Pengertian Instagram	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.2 Sejarah Instagram.....	30
2.2.4.3 Fitur-fitur Instagram.....	30
2.2.4.4 Kelebihan Sosial Media Instagram.....	31
2.2.4.5 Pemanfaatan Instagram.....	38
2.2.4.6 Pengoptimalan Sosial Media Instagram.....	39
2.2.7 Kerangka Berpikir.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.

3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Obyek dan Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Informan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Observasi Partisipan (<i>Participant Observation</i>)	49
3.5.2 Wawancara (<i>Interview</i>).....	50
3.6 Teknik Analisi Data	51
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	51
BAB HASIL DAN PEMBAHAN	51
4.1 Hasil.....	51
4.1.1 Profil Perusahaan.....	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4.1.3 Struktur Organisasi.....	52
4.1.4 Logo Perusahaan.....	52
4.1.5 Produk Batik New Colet Jombang.....	52
4.1.5 Wawancara Dengan Pemilik Usaha.....	54
4.2.2 Wawancara Dengan Karyawan Batik New Colet Jombag.....	60
4.2.3 Wawancara Dengan Konsumen Batik.....	61

4.2.4 Identitas Informan.....	64
4.2.5 Proses Penjuala Batik New Colet Jombang Melalui Media Sosial	
Instagram	65
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Pemanfaatan Sosial Media Instagram Dalam Meningkatkan Penjuala.....	67
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpula.....	77
5.2 Saran.....	78

ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara interaksi individu dengan yang lain. Internet menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya. Beragam akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Internet menembus batas dimensi kehidupan pengguna, waktu dan ruang, yang dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Hal inilah yang melatarbelakangi perubahan komunikasi konvensional menjadi modern dan serba digital. Promosi yang dilakukan perusahaan juga telah banyak mengalami pergeseran, banyak perusahaan yang beralih dari promosi melalui media cetak atau elektronik beralih kepromosi media sosial. Pada penelitian ini peneliti menggunakan Batik New Colet Jombang sebagai obyek penelitian. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan mengidentifikasi upaya peningkatan penjualan Batik New Colet melalui pemanfaatan media sosial instagram. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini , teknik pengumpulan data dilakukan pada natural setting(kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi partisipan (participant observation) dan wawancara (interview). Yang mana informan dalam penelitian ini adalah owner, karyawan, dan kosumen Batik

Colet Jombang. Informan dalam penelitian ini adalah owner, karyawan, dan kosumen Batik Colet Jomban Informan dalam penelitian ini adalah owner, karyawan, dan kosumen Batik Colet Jombang. Teknik analasisi data dilakukan secara interaktiv dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh. Teknik analasisi data penelitian ini menggunakan teknik reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan (verivication). Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangualasi teknik dan triangulasi sumber. Hasil penelitian menyebutkan Pemasaran melalui instagram merupkan cara efektif dalam pemasaran digital. Instagram adalah media sosial dengan pengguna terbanyak. Tampilan foto yang menarik, tawaran diskon, pelayanan yang baik, dan kualitas barang yang bermutu, akan menarik pembeli. Penjualan produk Batik new colet mampu membuat masyarakat mengetahui produk dari Batik new colet, pemasaran yang dilakukan Batik new colet melalui instagram merupakan cara yang efektif daan efisien dalam meningkatkan penjualannya, prosesnya tidk begitu lama serta tidak membutuhkan modal yang cukup besar, promosi yang dilakukan juga cukup mudah. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dari berbgai fitur bawaan instagram yang paling sering dimanfaatkan yaitu fitur hash tag dan instastory. Karena pelaku usaha menilai bahwa ketiga fitur tersebut memberikan pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Pemasaran, Social Media Marketing, Instagram

ABSTRACT

The development of information and communication technology has changed the way individuals interact with others. The internet becomes a new digital space that creates a cultural space. It is unavoidable that the existence of the internet provides many conveniences to its users. Various access to information and entertainment from all over the world can be searched via the internet. The internet penetrates the boundaries of the dimensions of the user's life, time and space, which can be accessed by anyone, anytime and anywhere. This is the background of the change from conventional communication to modern and all-digital. Promotions carried out by companies have also undergone many shifts, many companies have switched from promotions through print or electronic media to social media promotions. In this study, researchers used the Jombang New Colet Batik as the object of research. This research is intended to find out and identify efforts to increase sales of Batik New Colet through the use of Instagram social media. In this study researchers used qualitative research methods. In this study, data collection techniques were carried out in natural settings (natural conditions), primary data sources, and data collection techniques were mostly participant observation and interviews. Which informants in this study are the owners, employees, and consumers of Batik Colet Jombang. The informants in this study were the owners, employees and consumers of Batik Colet Jomban. The informants in this study were the owners, employees and consumers of Batik Colet Jombang. Data analysis techniques are carried out interactively and continuously until complete so that the data is saturated. The data analysis technique of this study uses data reduction techniques, data presentation (data display), and conclusion drawing (verification). To check the validity of the data in this study, researchers used technique triangulation and source triangulation. The results of the study state that marketing via Instagram is an effective way of digital marketing. Instagram is the social media with the most users. Attractive photo displays, discount offers, good service, and quality goods will attract buyers. Sales of Batik new colet products are able to make people aware of the products of Batik new colet, marketing carried out by Batik new colet through Instagram is an effective and efficient way to increase sales, the process is not that long and does not require large enough capital, the promotions carried out are also sufficient. easy. From the results of interviews conducted by

researchers, the various built-in Instagram features that are most frequently used are the hash tag and instastory features. Because business actors consider that these three features provide a considerable influence in increase sales.

Keywords: Marketing, Social Media Marketing, Instagram