

**STRATEGI PEMASARAN KONTEN AKUN ONLINE SHOP @SHIFASURABAYA**

**MELALUI INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**LISA MAHMUDA**

**NPM. 1643010086**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**ILMU KOMUNIKASI**

**2020**

**JUDUL PENELITIAN : STRATEGI KONTEN AKUN ONLINE SHOP @SHIFASURABAYA  
MELALUI INSTAGRAM**

**Nama Mahasiswa : Lisa Mahmuda**  
**NPM : 1643010086**  
**Program Studi : Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,,**

**PEMBIMBING UTAMA**



**DRA. Diana Amalia, M.SI**

**NIP. 19630907 1991 032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**



**Dr.Drs.Ec. ~~SENDUT~~ SUKARNO. MS.CHRA**

**NIP. 19590701 198703 1001**

**STRATEGI KONTEN AKUN ONLINE SHOP @SHIFASURABAYA  
MELALUI INSTAGRAM**

**Disusun Oleh :**

**LISA MAHMUDA**

**NPM : 1643010086**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

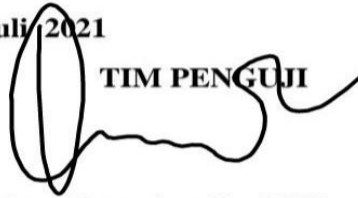
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada tanggal 27 Juli 2021**

**PEMBIMBING UTAMA**

  
**Dra. Diana Amalia, M.SI**  
**NIP. 19630907 1991 032001**

**TIM PENGUJI**

  
**Dra. Diana Amalia, M.SI**  
**NIP. 19630907 1991 032001**

  
**Heidy Arviani, Sos, MA**

**NIP. 198511072018032001**

  
**Syifa Syarifah Alamivah, M. Commun**

**NPT. 3 8403 10 02991**

**Mengetahui,**

  
  
**Dr. D. Re. Gendut Sukarno, MSCHRA**  
**NIP. 19590701 198703 1001**

**Abstrak.** Shifasurabaya merupakan salah satu toko hijab dan Beauty , Toko yang menjual hijab termurah di Surabaya dengan harga mulai 5000 an, Yang saat ini bermain di pasar online. @Shifasurabaya Selalu Update dengan konten-konten terbarunya dan mengupdatenya melalui media sosial Instagram. Cara tersebut agar konten @shifasurabaya selalu dikenal para pelanggannya. Penelitian ini berisi tentang "Strategi Konten Akun Online Shop @Shifasurabaya Melalui Instagram" . metode penelitian ini menggunakan deskriptif Kualitatif karena dapat melukiskan fakta secara factual dan dapat menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh statistic. Data yang di peroleh melalui wawancara dari ke tiga key informan dari @shifasurabaya sekaligus untuk menguji keabsahan data . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi konten yang dilakukan akun @shifasurabaya melalui Instagram. Dari hasil penelitian, peneliti menyimpulkan dalam proses pengolahan Strategi konten terdapat 8 pemasaran konten diantaranya adalah: menetapkan tujuan, pemetaan target pasar, pengagasan dan perencanaan konten, penciptaan konten, distribusi konten, penguatan konten, evaluasi pemasaran konten dan perbaikan pemasaran konten.

**Kata kunci :** Media Sosial Instagram, Strategi pemasaran konten 8K.

**Abstract.** Shifasurabaya is one of the hijab and beauty shops, the shop that sells the cheapest hijab in Surabaya with prices starting at 5000's, which is currently playing in the online market. @Shifasurabaya Always Update with the latest content and update it through Instagram social media. This is so that @shifasurabaya's content is always known to its customers. This research contains about "Content Strategy for Online Shop Account @Shifasurabaya Through Instagram" . This research method uses qualitative descriptive because it can describe facts factually and can produce findings that cannot be obtained statistically. The data obtained through interviews from the three key informants from @shifasurabaya as well as to test the validity of the data. This study aims to determine the content strategy carried out by the @shifasurabaya account through Instagram. From the results of the study, the researchers concluded that in the content strategy processing process there were 8 content marketing including: setting goals, mapping target markets, content initiation and planning, content creation, content distribution, content strengthening, content marketing evaluation and content marketing improvement.

**Keywords:** Instagram Social Media, 8K content marketing strategy.

## KATA PENGANTAR

Bismilahirrahmanirrahim....

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karuniaNYA kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas skripsi yang berjudul **“STRATEGI KONTEN AKUN ONLINE SHOP SHIFASURABAYA MELALUI INTAGRAM”**. Dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam Kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam penulisan penelitian proposal ini kepada:

1. Allah SWT karena telah melimpahkan segala karuniaNYA, sehingga penulis mendapatkan kemudahan selama mengerjakan penyusunan
2. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan
3. Dr.Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA, selaku Dekan Fakultas IlmuSosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”Jawa Timur.
4. Bapak DR. Catur Suratno Aji, M.Si, selaku wakil Dekan Fakultas IlmuSosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”Jawa Timur.

5. Dr. Yuli Candrasari, M.Si, selaku koordinator Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa
6. DRA. Diana Amalia, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu guna membantu, memberikan masukan dan saran kepada penulis dalam penyusunan proposal ini.
7. Ibu ,Abah dan Almarhumah Bude Syamsiyah yang senantiasa memberikan doa dan support kepada peneliti. Dan juga Achmad Syarifuddin. S.pd
8. Teman-teman seangkatan yang sudah mengsupport peneliti.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masi jauh dari kesempurnaan. Maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya untuk rekan-rekan Program Studi Ilmu Komunikasi.

Surabaya,09April2020

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	11
1.3.Tujuan Penelitian.....	11
1.4.Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. Definisi Koumnikasi .....	15

2.2.2. Analisis SWOT .....	17
2.2.3 Konsep Komunikasi Pemasaran .....	17
2.2.4. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.5. Marketing 4.O .....	18
2.2.6. Bisnis Online .....	19
2.2.7. Pemasaran Online.....	19
2.2.8. Pemasaran Konten 8K .....	21
2.2.9 Promosi Penjualan .....	24
2.2.10 Definisi New Media .....	25
2.2.11 Media Sosial.....	26
2.2.12 instagram .....	27
2.3 Kerangka Berpikir.....	28
2.3.1 Bagan Kerangka Berfikir .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1. Metodologi Penelitian.....	30
3.2. Definisi Konseptual.....	31
3.2.1. Instagram .....	31
3.2.3. Pemasaran Konten 8K.....	32
3.3. Lokasi Penelitian .....	32
3.4. Objek dan Subjek Penelitian.....	33
3.5. Informan Penelitian .....	33
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	33



3.7 Teknik Analisis Data .....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah Singkat @Shifasurabaya.....	37
4.1.2 Produk @Shifasurabaya.....	38
4.1.3 Struktur Organisasi .....	40
4.1.4 Visi dan Misi .....	41
4.2 Identitas Informan Penelitian .....	42
4.3 Penyajian dan Analisis data Data .....	43
4.3.1 Menentukan Tujuan konten .....	44
4.3.2 Pemetaan Target .....	44
4.3.3. Pengagasan Dan Perencanaan Konten .....	45
4.3.4 Penciptaan Konten .....	47
4.3.5 Distribusi Konten .....	48
4.3.6 Penguatan Konten .....	49
4.3.7 Evaluasi Konten.....	51
4.4 Instagram .....	52
4.5 Pembahasan .....	54
4.5.1 Pemasaran Konten .....	54
4.5.2 Instagram .....	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	57
5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran .....	58
DAFTARPUSTAKA.....	59
LAMPIRAN .....	61

## DAFTAR TABLE

	Halaman
TABLE 2.1 Pemasaran Konten 8K.....	21
TABLE 2.2 Kerangka Berfikir .....	29

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 4.1 Pengagasan dan Perencanaa konten .....	46
GAMBAR 4.2 Penguatan Konten .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Interview Guide .....	61
Lampiran 2 Konten Instagram @ShifaSurabaya.....	84
Lampiran 3 Bukti Wawancara Informan 1 .....	85
Lampiran 4 Bukti Wawancara Informan 2 .....	86
Lampiran 5 Bukti Wawancara Informan 3 .....	88