

STRATEGI PEMASARAN ANCHA MOTRET MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

SKRIPSI

**Oleh:
Bagas Aji Pratama
201610415012**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

STRATEGI PEMASARAN ANCHA MOTRET MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

SKRIPSI

**Oleh:
Bagas Aji Pratama
201610415012**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Ancha Motret Melalui Media Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Bagas Aji Pratama

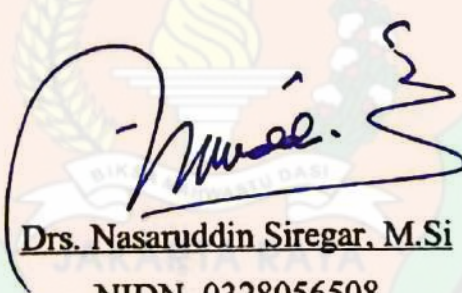
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415012

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Selasa, 18 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENYETUJUI,
Pembimbing



Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si

NIDN. 0328056508

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Ancha Motret
Melalui Media Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Bagas Aji Pratama

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415012

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Selasa, 18 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H

NIDN. 312026604

Penguji : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si

NIDN. 0328056508

Sekretaris Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0323127802

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

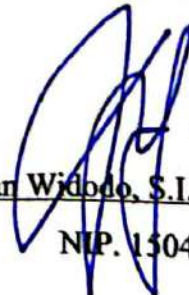


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul **“Strategi Pemasaran Ancha Motret Melalui Media Sosial Instagram”**.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan dijadikan referensi melalui Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Bagas Aji Pratama

NPM. 201610415012

ABSTRAK

Bagas Aji Pratama. 201610415012. Strategi Pemasaran Ancha Motret Melalui Media Sosial Instagram.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Ancha Motret dengan melakukan *direct marketing* melalui Instagram. Penelitian ini dilakukan menggunakan teori pembauran pemasaran yang terdiri dari 7 komponen dalam strategi pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *people evidence*; metode *direct marketing* dan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan tatanan deskriptif. Informasi dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada informan Ancha Motret. Teknik analisa data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Ancha Motret melalui media sosial Instagram sudah berjalan dengan baik, sesuai dengan teori pembauran pemasaran yang digunakan dan metode *direct marketing* yang diaplikasikan di sosial media Instagram. Faktor keberhasilan menjalankan strategi pemasaran di media sosial dilihat dari penelitian yang dilakukan, diantaranya pemilihan sosial media yang tepat, riset pesaing, identifikasi target pasar, pembuatan konten yang menarik, dan konsistensi. Keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan Ancha Motret dapat diukur dari kesesuaian target pasar rumahan, tingkat kepercayaan pelanggan, *customer engagement*, dan kualitas produk.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pembauran Pemasaran 7P, *Direct Marketing*, Instagram

ABSTRACT

Bagas Aji Pratama. 201610415012. *Ancha Motret Marketing Strategy Through Instagram Social Media.*

The purpose of this study was to find out Ancha Motret's marketing strategy by doing direct marketing on Instagram. This research was conducted using marketing mix theory which consists of 7 components in marketing strategy, namely product, price, place, promotion, people, process, and people evidence; direct marketing methods and SWOT analysis. The research method used is a qualitative method with a descriptive arrangement. Information in this study was obtained through interviews, observation, and documentation. Interviews were conducted with the Ancha Motret's informants. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and verification or data collection. The results of the study show that Ancha Motret's marketing strategy through Instagram social media has run well, in accordance with the marketing mix theory used and the direct marketing method applied to Instagram social media. The success factors for carrying out marketing strategies on social media are seen from the research conducted, including choosing the right social media, competitor research, identifying target markets, creating interesting content, and consistency. The success of Ancha Motret's marketing strategy can be measured by the suitability of the target home market, the level of customer trust, customer engagement, and product quality.

Keywords: *Marketing Strategy, 7P Marketing Mix, Direct Marketing, Instagram*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karuniaNya, serta dukungan dari orang tua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Ancha Motret Melalui Media Sosial Instagram”**.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Tak lupa kepada kedua orang tua penulis yaitu Bapak Mokhlis Affandi dan Ibu Pipin Nurfalalah yang telah memberikan dukungan berupa doa, moral, materi, dan kebutuhan lainnya. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si, selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberi arahan serta memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademika yang telah berperan penting terhadap proses pembuatan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada pihak yang kurang berkenan atas laporan ini dan juga kesalahan lisan ataupun tulisan dalam penyusunan laporan ini.

Jakarta, 28 Juli 2023


Bagus Aji Pratama

201610415012

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	3
1.3 Identifikasi Masalah	4
1.4 Pertanyaan Penelitian	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.6.1 Kegunaan Teoretis.....	4
1.6.2 Kegunaan Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kerangka Konsep	8
2.2.1 Event Wedding Organizer	8
2.2.2 Media Sosial Instagram	10
2.2.3 Pemasaran.....	12

2.2.3.1 Definisi Pemasaran.....	12
2.2.3.2 Pembauran Pemasaran	15
2.2.3.3 Tujuan Pemasaran	16
2.2.4 Strategi Pemasaran	16
2.2.4.1 Definisi Strategi Pemasaran	16
2.2.4.2 Faktor Strategi Pemasaran.....	18
2.2.4.3 Indikator Strategi Pemasaran	19
2.2.5 Pemasaran Digital.....	20
2.2.5.1 Definisi Pemasaran Digital	20
2.2.6 IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	21
2.2.7 Analisis SWOT (<i>Strenght, Weakness, Opportunity, Threat</i>).....	22
2.2.8 <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung).....	24
2.2.9 Media Sosial	24
2.3 Kerangka Teori	25
2.3.1 Analisis Deskriptif.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Narasumber.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	34
3.5.1 Triangulasi Data	34
3.5.2 Teknik Analisis Data	34
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.6.1 Lokasi Penelitian	35

3.6.2 Waktu Penelitian.....	35
3.7 Rencana Kegiatan Penelitian	36
BAB IV HASIL PENELITIAN	38
4.1 Gambaran Umum Ancha Motret	38
4.1.1 Sejarah Ancha Motret.....	38
4.1.2 Profil Ancha Motret.....	39
4.1.2.1 Visi Dan Misi Perusahaan.....	39
4.1.3 Logo Ancha Motret	39
4.1.4 Paket Portofolio Dokumentasi Ancha Motret	39
4.2 Deskripsi <i>Key Informan dan Informan</i>	40
4.2.1 Key Informan.....	40
4.2.2 Informan	41
4.3 Reduksi Data.....	42
4.4 Deskripsi Hasil Wawancara.....	55
4.4.1 Wawancara	55
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.5.1 Analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat)	64
4.5.2 Media Sosial Instagram	65
4.5.3 Faktor Dan Tolak Ukur Keberhasilan Sosial Media Marketing..	66
4.5.4 Pembauran Pemasaran 7P.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	8
Tabel 3.1 Key Infroman dan Informan.....	32
Tabel 3.2 Rencana Kegiatan Penelitian.....	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Logo Ancha Motret	38
Gambar 4.2 Kolase Produk Ancha Motret Dalam <i>Feed</i> Instagram.....	42
Gambar 4.3 Promosi Harga Ancha Motret.....	45
Gambar 4.4 Pelayanan Klien Calon Pengantin	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara Key Informan dan Informan

Lampiran 3 : Reduksi Hasil Wawancara Key Informan dan Informan

Lampiran 4 : Form Bimbingan

Lampiran 5 : Form Perbaikan

Lampiran 6 : Portofolio Ancha Motret

