

**KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN  
@LASHLASHES\_ DALAM MEMPROMOSIKAN JASA  
*EYELASH EXTENSION* MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Oleh :

**Dhiya Najiyah**

**201810415292**



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

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lashlashes\_  
Dalam Mempromosikan Jasa Eyelash Extension  
Melalui Media Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Dhiya Najiyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415292

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2023



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lashlashes\_ Dalam Mempromosikan Jasa Eyelash Extension Melalui Media Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Dhiya Najiyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415292

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tahun Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si.  
NIDN 0313088106

Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN 303077002

Sekretaris Penguji : Hani Astuti, M.I.Kom  
NIDN 0319048601

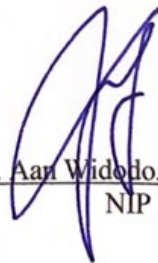
MENGETAHUI,

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 yang berjudul “Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lashlashes\_ Dalam Mempromosikan Jasa *Eyelash Extension* Melalui Media Sosial Instagram”

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya yang dibuat ini, saya sebagai penulis bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang ada.

Saya memberikan izin skripsi ini dipinjamkan dan digandakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya juga memberi izin kepada Perpustakaan 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



Dhiya Najiyah

201810415292

## ABSTRAK

**Dhiya Najiyah 201810415292**, Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lashlashes Dalam Mempromosikan Jasa *Eyelash Extension* Melalui Media Sosial Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan akun Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dalam peningkatan penggunaan jasa *eyelash extension* oleh @lashlashes\_. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang diolah adalah ringkasan yang mempengaruhi media sosial terhadap perkembangan bisnis *eyelash extension* pada akun Instagram @lashlashes\_, yang didapatkan dari hasil wawancara dari pemilik bisnis dibidang kecantikan ini. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah *In- depth Interview* (wawancara mendalam), observasi, dan dokumentasi sedangkan teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini melakukan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil wawancara beberapa responden dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran sangatlah penting bagi peningkatan penggunaan *eyelash extension* dalam pemasaran secara online khususnya usaha-usaha pada bidang kecantikan.

**Kata Kunci** : Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram



## **ABSTRACT**

**Dhiya Najiyah 201810425292** *Marketing Communication on the @lashlashes\_ Account in Promoting Eyelash Extension Services Through Instagram Social Media.*

*This study aims to determine the role of Instagram accounts as marketing communication media in increasing the use of eyelash extension services by @lashlashes\_. The type of research used in research is research with a qualitative descriptive approach. The processed data is a summary that influences social media on the development of the eyelash extension business on the Instagram account @lashlashes\_, which is obtained from interviews with business owners in the beauty sector. Data collection techniques used in this study were In-depth Interviews (in-depth interviews), observation, and documentation while the data analysis techniques used in this study carried out data reduction, data presentation, and drawing conclusions.*

*Based on the results of interviews with several respondents, it can be concluded that the use of Instagram as a marketing communication medium is very important for increasing the use of eyelash extensions in online marketing, especially efforts in the beauty sector.*

**Keywords:** *Marketing Communication, Social Media, Instagram*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah sertha ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lashlashes\_ Dalam Mempromosikan Jasa *Eyelash Extension* Melalui Media Sosial Instagram”, sebagai syarat untuk kelulusan program Strata I Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Shalawat dan salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan umat manusia yaitu, Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi rahmatan bagi seluruh alam. Terimakasih untuk kedua orang tua saya, Papa Joni dan Mamah Eny Rohayani yang telah membesarkan penulis dari kecil hingga saat ini, tanpa adanya do’a dan dukungan dari kalian penulis tidak akan sampai pada titik ini.

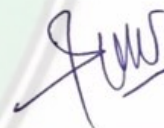
Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan yang terdapat didalamnya. Oleh karena itu, berkat dukungan, bimbingan, dan masukan serta do’a dari berbagai pihak. Penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Tidak lupa penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah mendukung penulis pada saat proses penulisan skripsi ini, yaitu 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.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Dr. Dina Kristina, M.Si. selaku Ketua Penguji Sidang Skripsi yang telah memberikan arahan serta masukan pada saat pelaksanaan sidang laporan skripsi.

6. Ibu Hani Astuti, M.I.Kom, selaku Dosen Sekretaris Penguji Sidang Skripsi yang telah memberikan arahan serta masukan pada saat pelaksanaan sidang laopran skripsi.
7. Bapak Dr. Dwinarko, Drs., S.Sos., M.M., M.H selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ilmu Komunikasi yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu.
9. Dhito Baskara yang telah memberikan semangat dan dukungan penuh kepada penulis.
10. Clara Arbi, Shafa Thori Islamiani, Alvina Ramadhanty, Nur Istikomah, Fira Nafisa yang telah memberikan semangat dan dukungan penuh kepada penulis.
11. Teman-teman seperjuangan, Khansa Verina, Syafanadia Salsabila Putri Amanda, Wanda Dwi Utari, M. Ridho Fadlillah, Pratama Arif Hidayat, Fahmi Husseini, Desi Natalia, Amelinda Azalia, Nurhidayati Linadra, Salsabila Ayutia Azahra, yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.

Jakarta, 28 Juli 2023

Penulis,



**Dhiva Najiyah**

**201810415292**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9

2.2	Kerangka Konsep .....	13
2.2.1	Komunikasi .....	13
2.2.2	Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.3	Promosi .....	17
2.2.4	Jasa.....	20
2.2.5	Media Sosial.....	22
2.2.6	Instagram.....	24
2.3	Kerangka Pemikiran .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	27
3.2	Jenis Penelitian .....	27
3.3	Metode Penelitian .....	28
3.4	Subjek dan Objek Penelitian .....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5.1	Wawancara .....	29
3.5.2	Observasi.....	30
3.5.3	Dokumentasi.....	30
3.6	Teknik Analisis Data .....	31
3.7	Teknik Keabsahan Data .....	31
3.8	Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>33</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	33
4.1.1	Gambaran Umum Lashlashes dan Instagram @lashlashes.....	33
4.1.2	Profil <i>Key Informant</i> .....	34

4.2	Hasil Penelitian.....	34
4.2.1	Komunikasi Pemasaran 4P Pada Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lashlashes_ .....	34
4.2.1.1	<i>Product</i> (Produk).....	36
4.2.1.2	<i>Price</i> (Harga).....	37
4.2.1.3	<i>Place</i> (Tempat).....	38
4.2.1.4	<i>Promotion</i> (Promosi) .....	39
4.3	Pembahasan.....	40
4.3.1	<i>Product</i> (Produk).....	41
4.3.2	<i>Price</i> (Harga).....	43
4.3.3	<i>Place</i> (Tempat).....	45
4.3.4	<i>Promotion</i> (Promosi) .....	46
4.3.5	Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada akun @lashlashes_ .....	48
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>51</b>
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran .....	52

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Costumer @lashlashes_ Per Tahun .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1 <i>Screenshot</i> Mengenai <i>Product</i> Pada Instagram @lashlashes_ .....	43
Tabel 4.2 <i>Screenshot</i> Mengenai <i>Price</i> Pada Instagram @lashlashes_ .....	44
Tabel 4.3 <i>Screenshot</i> Mengenai <i>Place</i> Pada Instagram @lashlashes_ .....	46
Tabel 4.4 <i>Screenshot</i> Mengenai <i>Promotion</i> Pada Instagram @lashlashes_ .....	48
Tabel 4.5 Jumlah Costumer @lashlashes_ Per Tahun .....	49





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet Di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Pengguna Instagram .....	3
Gambar 1.3 Instagram @lashlashes_ .....	5
Gambar 4.1 Logo @lashlashes_ .....	34



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....	25
------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup
- LAMPIRAN 2 : Transkrip Hasil Wawancara
- LAMPIRAN 3 : Tabel Reduksi Data
- LAMPIRAN 4 : Dokumentasi
- LAMPIRAN 5 : Kartu Bimbingan
- LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan Skripsi

