

**STRATEGI PENYUSUNAN KONTEN MARKETING
PADA AKUN INSTAGRAM @rmbeautystudio DALAM
MENARIK PELANGGAN**

SKRIPSI

**Oleh:
Nurjannah
201910415330**



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

**STRATEGI PENYUSUNAN KONTEN MARKETING
PADA AKUN INSTAGRAM @rmbeautystudio DALAM
MENARIK PELANGGAN**

SKRIPSI

Oleh:

Nurjannah

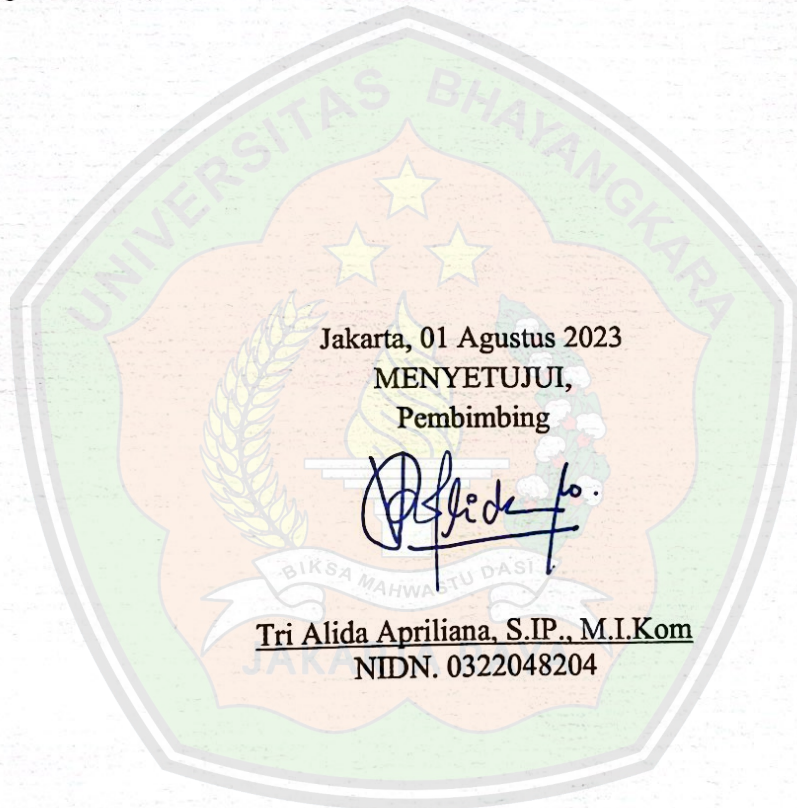
201910415330



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Penyusunan Konten Marketing pada Akun Instagram @rmbeautystudio dalam Menarik Pelanggan
Nama Mahasiswa : Nurjannah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415330
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : Senin, 24 Juli 2023



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Laporan : Strategi Penyusunan Konten Marketing pada Akun Instagram @rmbeautystudio dalam Menarik Pelanggan

Nama Mahasiswa : Nurjannah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415330

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : Senin, 24 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN

Ketua Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom
NIDN. 0323127802

Penguji : Tri Alida Apriliana, S.IP., M.I.Kom
NIDN. 0322048204

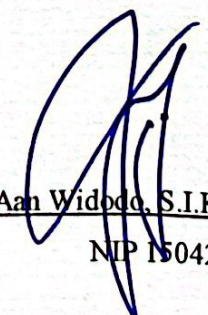
Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0327119701

.....
.....
.....

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Moh Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP 2109527


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Strategi Penyusunan Konten Marketing pada Akun Instagram @rmbeautystudio dalam Menarik Pelanggan, skripsi 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 ilmiah.

Apabila dikemudian 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 diandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui porta Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Nurjannah

201910415330

ABSTRAK

Nurjannah 201910415330, Strategi Penyusunan Konten Marketing pada Akun Instagram @rmbeautystudio dalam Menarik Pelanggan.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi terus mengalami perkembangan, khususnya Digital Marketing. Fenomena penggunaan media sosial sebagai media memasarkan produk atau jasa dengan mudah dan cepat. Dalam penggunaan digital marketing, pemanfaatan Content Marketing dengan mempublikasi, memasarkan dan mempromosikan produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Penyusunan Konten Marketing pada Akun Instagram @rmbeautystudio dalam Menarik Pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang didapat kemudian dianalisis dengan dasar pemikiran Dentsu tentang model marketing AISAS, sehingga diperoleh hasil penelitian bahwa poin *Share* sangat erat dalam komunikasi marketing yang digunakan oleh akun Instagram @rmbeautystudio kepada followersnya. Dengan penggunaan media sosial, jangkauan dari pemasaran Rosemarry Beauty Studio menjadi lebih luas. Serta dianalisis menggunakan konsep pillar konten, sehingga diperoleh hasil bahwa @rmbeautystudio menjalankan strategi pemasaran dengan penyusunan konten marketing yang menarik untuk pelanggan dalam mengemas isi konten media sosial.

Kata kunci: Strategi, Content Marketing, Instagram, @rmbeautystudio, Menarik pelanggan.



ABSTRACT

Nurjannah 201910415330, *Strategies for Compiling Marketing Content on the @rmbeautystudio Instagram Account in Attracting Customers.*

Advances in information and communication technology continue to develop, especially Digital Marketing. The phenomenon of using social media as a platform to market products or services easily and quickly. In the use of digital marketing, the use of Content Marketing by publishing, marketing and promoting products. This study aims to analyze the strategy for compiling marketing content on the @rmbeautystudio Instagram account in attracting customers. The method used in this resterviews, observation, and documentation. The data obtained was then analyzed with Dentsu's basic thinking about the AISAS marketing model, so that the research results obtained showed that pointsShare very closely related to marketing communications used by the Instagram account @rmbeautystudio to their followers. With the use of social media, the marketing reach of Rosemarry Beauty Studio has become wider. As well as being analyzed using the content pillar concept, the results obtained are that @rmbeautystudio carries out a marketing search is descriptive qualitative method. Data collection techniques used are by conducting inrategy by compiling attractive marketing content for customers in packaging social media content.

Keywords: *Strategy, Content Marketing, Instagram, @rmbeautystudio, Attract customers.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Maksud dan tujuan dari penulisan ini adalah untuk melihat bagaimana strategi penyusunan konten marketing akun Instagram @rmbeautystudio. Sehingga tersusun penulisan ini yang berjudul “Strategi Penyusunan Konten Marketing pada Akun Instagram @rmbeautystudio dalam Menarik Pelanggan”. Tentunya penulisan skripsi ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya dukungan dan doa dari pihak-pihak yang terlibat. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT., terima kasih kepada orang tua, kaka dan juga kepada orang-orang yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan segala dukungan kepada penulis. Selanjutnya penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 Tri Alida Apriliana, S.IP., M. I. Kom. Sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan evaluasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom Selaku Dosen Akademik Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membagi ilmu dan motivasi.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staf akademik yang telah berperan penting dalam membantu penulis membuat skripsi ini.
7. Teman-teman Fikom yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih telah menjadi teman yang selalu memberi bantuan, saran, dan dukungan untuk penulis, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri saya dan orang lain. Tak lupa juga kritik dan saran yang membangun penulis butuhkan dalam skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga tulisan ini bisa lebih bermanfaat dan mendorong kita semua untuk melakukan penulisan yang lebih baik dalam bidang Ilmu Komunikasi di masa yang akan datang.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Penulis,



Nurjannah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah.....	9
1. 3 Fokus Penelitian.....	9
1. 4 Tujuan Penelitian	9
1. 5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2. 1 Penelitian Terdahulu	11
2. 2 Kerangka Konsep.....	13
2.2.1 Digital Marketing	13
2.2.2 Content Marketing	16
2.2.3 Model AISAS	17
2.2.4 Content Pillar	19
2.2.5 Instagram	20
2.2.6 Produk	25
2. 3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28

3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Metode Penelitian	28
3.3	Subyek dan Obyek Penelitian	29
3.4	Narasumber (Informan)	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.1	Wawancara	32
3.5.2	Observasi	32
3.5.3	Dokumentasi.....	33
3.6	Teknik Analisis Data	33
3.6.1	Reduksi Data.....	34
3.6.2	Penyajian Data.....	34
3.6.3	Penarikan Kesimpulan	34
3.7	Keabsahan Data/Triangulasi	35
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Hasil Penelitian	37
4.1.1	Tentang Rosemarry Beauty Studio	37
4.1.2	Sejarah dan Perkembangan Rosemarry Beauty Studio.....	38
4.1.3	Penyusunan Konten Marketing Akun Instagram @rmbeautystudio.....	39
4.1.4	Content Marketing Yang Menarik Pelanggan @rmbeautystudio	45
4.2	Pembahasan.....	46
4.2.1	Penggunaan Content Pillar akun Instagram @rmbeautystudio...	51
4.2.2	Analisis Strategi Content Marketing akun Instagram @rmbeautystudio.....	62
BAB V PENUTUP.....		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran	68
5.2.1	Saran Akun Instagram @rmbeautystudio	68
5.2.2	Saran Bidang Akademik	69
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Tampilan Akun Instagram @rmbeautystudio	6
Gambar 1.2: Konten Instagram @rmbeautystudio	7
Gambar 2.1: Model Komunikasi Digital Dentsu	18
Gambar 2.2: 4 Content Pillar	20
Gambar 2.3: <i>Platforms</i> Media Sosial Yang Paling Aktif di Gunakan	21
Gambar 2.4 : Gambaran Pengguna Instagram	21
Gambar 4.1 Logo Rosemarry Beauty Studio	37
Gambar 4.2 Contoh Unggahan Konten yang Menarik Bagi Followers	46
Gambar 4.3 Unggahan Konten Edukasi Instagram @rmbeautystudio	52
Gambar 4.4 Unggahan Konten Interaksi Instagram @rmbeautystudio	54
Gambar 4.5 Unggahan Indormasi Produk Instagram @rmbeautystudio	55
Gambar 4.6 Unggahan Konten Informasi Instagram @rmbeautystudio	56



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Panduan Wawancara
- Lampiran 2 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 3: Reduksi Data
- Lampiran 4: Dokumentasi
- Lampiran 5: Kartu Bimbingan
- Lampiran 6: Form Perbaikan



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Kriteria Key Informan.....	30
Table 3.2 Karakteristik Informan Pendukung	31
Tabel 3.3 Perencanaan Penelitian	36
Tabel 4.1 Timeline Works Feeds Instagram.....	41
Tabel 4.2 Perencanaan Pillar Konten @rmbeautystudio	43
Tabel 4. 3 Analisis Penggunaan Konten Edukasi Akun Instagram @rmbeautystudio	47
Tabel 4. 4 Analisis Penggunaan Konten Interaksi Akun Instagram @rmbeautystudio	48
Tabel 4. 5 Analisis Penggunaan Konten Produk Akun Instagram @rmbeautystudio	49
Tabel 4. 6 Analisis Penggunaan Konten Informasi Akun Instagram @rmbeautystudio	50
Tabel 4.7 Konten Feeds @rmbeautystudio 2 November 2022 – 22 Juni 2023.....	51
Tabel 4.8 Analisis Dimensi Context	58
Tabel 4.9 Analisis Dimensi Communication	59
Tabel 4.10 Analisis Dimensi Collaboration	60
Tabel 4.11 Analisis Dimensi Connection	61