

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SHOESHINECARE
MELALUI KONTEN EDUKASI DALAM MENINGKATKAN
PENGGUNA JASA DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun oleh :

Rahmat Septian

201910415080



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SHOESHINECARE
MELALUI KONTEN EDUKASI DALAM MENINGKATKAN
PENGGUNA JASA DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun oleh :

Rahmat Septian

201910415080



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran @shoeshinecare
Melalui Konten Edukasi Dalam Meningkatkan
Pengguna Jasa Di Instagram

Nama Mahasiswa : Rahmat Septian

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415080


Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Jumat, 26 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN. 322038901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran
@shoeshinecare Pada Konten Edukasi Dalam
Meningkatkan Pengguna Jasa Di Instagram

Nama Mahasiswa : Rahmat Septian

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415080

Program Studi/Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Jumat, 26 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si
NIDN : 0311046803


Penguji : Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN : 322038901

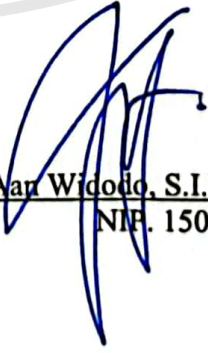
Sekretaris Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0319048601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIP. 2203551


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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran @shoeshinecare Melalui Konten Edukasi Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Di 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 dicantumkan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya 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 digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan 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, 02 Februari 2024
Yang membuat pernyataan,



Rahmat Septian

201910415080

ABSTRAK

Rahmat Septian 201910415080, Strategi Komunikasi Pemasaran @shoeshinecare Melalui Konten Edukasi Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Di Instagram.

Penelitian ini mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan jasa cuci sepatu @shoeshinecare melalui konten edukasi di Instagram untuk meningkatkan pengguna jasa. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan strategi komunikasi pemasaran melalui konten edukasi yang dilakukan @shoeshinecare dalam meningkatkan pengguna jasa serta menjelaskan bagaimana konten edukasi perawatan sepatu pada akun @shoeshinecare di media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Strategi komunikasi pemasaran pada penelitian ini yang membahas tentang *pull strategy* dilakukan dengan mengarahkan aktivitas pemasaran, *push strategy* mengarahkan kegiatan pemasaran sekaligus mempromosikan kepada konsumen dan *profile strategy* menganggap sejauh mana perusahaan membutuhkan komunikasi dengan konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan pengguna jasa dengan memanfaatkan konten edukasi yang didukung oleh media sosial Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui konten edukasi bertujuan untuk meningkatkan pengguna jasa pada @shoeshinecare. Dengan adanya konten edukasi yang diberikan @shoeshinecare berhasil mendapatkan peningkatan pengguna jasa karena konten edukasi yang diberikan mampu menyadarkan khalayak umum akan pentingnya menjaga dan merawat sepatu. Konten yang diberikan oleh @shoeshinecare berupa jenis konten edukasi dan isi dari konten tersebut bertujuan untuk memberi informasi dan juga untuk menyadarkan pengguna sepatu yang masih kurang paham tentang perawatan sepatu.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Konten Edukasi, Media Sosial Instagram

ABSTRACT

Rahmat Septian 201910415080, @shoeshinecare Marketing Communication Strategy Through Educational Content to Increase Service Users on Instagram.

This research is about the marketing communication strategy carried out by the shoe washing service @shoeshinecare through educational content on Instagram to increase service users. The aim of this research is to explain the marketing communication strategy through educational content carried out by @shoeshinecare in increasing service users and to explain the educational content for shoe care on the @shoeshinecare account on Instagram social media. The research method used is qualitative, using data collection techniques using observation, interviews and documentation. The marketing communication strategy in this research which discusses the pull strategy is carried out by directing marketing activities, the push strategy directs marketing activities while promoting to consumers and the profile strategy considers the extent to which the company needs communication with consumers which aims to increase service users by utilizing educational content supported by social media Instagram. The results of this research show that the marketing communication strategy carried out through educational content aims to increase service users at @shoeshinecare. With the educational content provided by @shoeshinecare, it has succeeded in getting an increase in service users because the educational content provided is able to make the general public aware of the importance of maintaining and caring for shoes. The content provided by @shoeshinecare is in the form of educational content and the content of this content aims to provide information and also to make shoe users aware who still do not understand shoe care.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Educational Content, Instagram Social Media*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmatnya kepada penulis dan kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi, kasih sayang serta doa tulus, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran @shoeshinecare Melalui Konten Edukasi Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Di Instagram”. Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis ingin berterima kasih atas dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa 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 Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.kom., M.I.kom selaku Dosen Pembimbing saya yang telah meluangkan waktunya, memberi masukan dan arahan hingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
5. Kepada Ibu Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si dan Ibu Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Penguji saya yang telah memberikan arahan dan masukan yang baik dan benar hingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
6. Farhan selaku *owner* dari shoeshinecare yang telah membantu dalam memberikan informasi keterangan mengenai pembahasan Skripsi saya.
7. Teman-teman A7 Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang telah mendukung penyusunan Skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

8. Kepada pemilik NPM 201910415267, terima kasih telah menjadi alasan saya untuk tetap semangat dan selalu ada selama proses penyusunan Skripsi ini.
9. Yang terakhir terima kasih kepada diri saya sendiri, karena sudah mampu berdiri tegap dan bertahan selama penulisan Skripsi ini.

Penulis berharap Skripsi ini dapat berguna bagi siapapun, namun dibalik itu semua pastinya masih dapat beberapa kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu kritik dan saran dari berbagai pihak dibutuhkan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan jauh lebih baik lagi.

Jakarta, 02 Februari 2024



Rahmat Septian

201910415080



DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13

2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	19
2.5 Media Sosial Instagram.....	21
2.6 Konten Edukasi.....	21
2.7 Jasa Cuci Sepatu.....	22
2.8 Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.3 Subjek penelitian dan Objek Penelitian.....	25
3.3.1 Subjek Penelitian.....	25
3.3.2 Informan Penelitian.....	25
3.3.3 Objek Penelitian.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Wawancara.....	28
3.4.2 Observasi.....	28
3.4.3 Dokumentasi.....	29
3.5 Teknik Analisi Data.....	29
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	31

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Gambaran Umum @shoeshinecare.....	33
4.1.2 Sejarah dan Perkembangan @shoeshinecare.....	34
4.1.3 Konten Pada Instagram @shoeshinecare.....	37
4.1.4 Penyusunan Konten Edukasi Pada @shoeshinecare.....	42
4.1.5 Pemanfaatan Konten Edukasi Untuk Meningkatkan Pengguna Jasa.....	46
4.1.6 Peningkatan Pengguna Jasa Sebelum Konten Edukasi @shoeshinecare.....	51
4.1.7 Strategi Komunikasi Pemasaran @shoeshinecare.....	52
4.2 Pembahasan.....	58
4.2.1 Konten Edukasi Pada Instagram @shoeshinecare Untuk Meningkatkan Pengguna Jasa.....	59
4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran @sheoshinecare.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Informan.....	26
Tabel 3.2 Waktu Penelitian.....	32
Tabel 4.1 Sejarah dan Perkembangan.....	36
Tabel 4.2 Observasi Konten.....	37
Tabel 4.3 Konten Pada Instagram @shoeshinecare.....	41
Tabel 4.4 Penyusunan Konten.....	45
Tabel 4.5 Pemanfaatan Konten Edukasi.....	50
Tabel 4.6 Peningkatan Pengguna Jasa.....	52
Tabel 4.7 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @shoeshinecare.....	5
Gambar 1.2 Konten Edukasi Fakta Dan Tips Unik Pada Instagram@shoeshinecare...8	
Gambar 1.3 Postingan Treatment Pada Instagram @shoeshinecare.....	10
Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	11
Gambar 4.1 Logo @shoeshinecare.....	33
Gambar 4.2 Profil Instagram @shoeshinecare.....	35
Gambar 4.3 Feeds Instagram @shoeshinecare.....	38
Gambar 4.4 Postingan Artikel Tentang Reparasi Sepatu @shoeshinecare.....	43
Gambar 4.5 Postingan Konten Edukasi Perawatan Sepatu Pada Instagram @shoeshinecare.....	44
Gambar 4.6 Feeds Instagram @shoeshinecare.....	46
Gambar 4.7 Story Instagram @shoeshinecare.....	47
Gambar 4.8 Reels Instagram @shoeshinecare.....	48
Gambar 4.9 Postingan Konten Edukasi Pada Instagram @shoeshinecare.....	49

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....23



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Biodata Mahasiswa

Lampiran II : Pedoman Wawancara

Lampiran III : Transkrip Wawancara, Reduksi Data dan Lampiran Observasi

Lampiran IV : Dokumentasi

Lampiran V : Kartu Bimbingan

Lampiran VI : Form Perbaikan

