# PENINGKATAN PENJUALAN *WELCOME SWEETNESS* MELALUI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN DI INSTAGRAM

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Ghani Irsyad Hirlananda**

**202010415154**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**
**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**
**2025**

# DAFTAR TABEL

**Tabel 1.1 Penjualan *Welcome Sweetness*.....4**

**Tabel 2.1 Penelitian Tedahulu..... 9**

**Tabel 3. 1 Waktu Penelitian ..... 29**



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# DAFTAR GAMBAR

**Gambar 1.1 Tampilan Instagram ..... 3**
**Gambar 1.2 Survei Data ..... 5**
**Gambar 3.1 Toko *Welcome Sweetness* ..... 20**
**Gambar 4.1 Logo *Welcome Sweetness* ..... 27**
**Gambar 4.2 Produk Dan Caption Ajakan *Welcome Sweetness* ..... 32**
**Gambar 4.3 Price List *Welcome Sweetness*..... 34**
**Gambar 4.4 Promotion *Welcome Sweetness*..... 36**
**Gambar 4.5 Tempat *Welcome Sweetness* ..... 38**



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# DAFTAR BAGAN

**Bagan 2.1 Kerangka Berfikir ..... 18**



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1 : Biodata Mahaiswa**

**Lampiran 2 : Tabel Transkip Wawancara dan Hasil Wawancara**

**Lampiran 3 : Tabel Kondensasi Data**

**Lampiran 4 : Dokumentasi**

**Lampiran 5 : Kartu Bimbingan**

**Lampiran 6 : Form Perbaikan**



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# PENINGKATAN PENJUALAN *WELCOME SWEETNESS* MELALUI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN DI INSTAGRAM

**SKRIPSI**

**Oleh :**
**Ghani Irsyad Hirlananda**
**202010415154**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**
**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**
**2025**

# LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

| | |
|---|---|
| Judul Skripsi | : Peningkatan Penjualan *Welcome Sweetness* Melalui Bauran Komunikasi Pemasaran Di Instagram |
| Nama Mahasiswa | : Ghani Irsyad Hirlananda |
| Nomor Pokok Mahasiswa | : 202010415154 |
| Program Studi/Fakultas | : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi |
| Tanggal Lulus Ujian Skripsi | : Jum'at, 7 Februari 2025 |

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing

Dr. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom

NIDN. 0301047107



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# LEMBAR PENGESAHAN

| | |
|---|---|
| Judul Skripsi | : Peningkatan Penjualan *Welcome Sweetness* Melalui Bauran Komunikasi Pemasaran Di Instagram |
| Nama Mahasiswa | : Ghani Irsyad Hirlananda |
| Nomor Pokok Mahasiswa | : 202010415154 |
| Program Studi/Fakultas | : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi |
| Tangga Lulus Ujian Skripsi | : Jum'at, 7 Februari 2025 |

Jakarta, 17 Februari 2025
MENGESAHKAN,

| | | |
|---|---|---|
| Ketua Penguji | : Dr. Dina Kristina, M.Si<br>NIDN. 0313088106 | ..... |
| Penguji | : Dr. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom<br>NIDN. 0301047107 | ..... |
| Sekretaris Penguji | : Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom<br>NIDN. 0321048302 | ..... |

MENGETAHUI,

| Ketua Program Studi<br>Ilmu Komunikasi | Dekan<br>Fakultas Ilmu Komunikasi |
|---|---|
| Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si | Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D |
| NIP. 2203551 | NIP. 1908425 |



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **Peningkatan Penjualan *Welcome Sweetness Melalui Bauran Komunikasi Pemasaran*** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai refrensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dai Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perspustakaan 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 portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025

Penulis,




Ghani Irsyad Hirlananda



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# ABSTRAK

**Ghani Irsyad Hirlananda, 202010415154** Peningkatan Penjualan *Welcome Sweetness* Melalui Bauran Komunikasi Pemasaran Di Instagram.

Dalam dunia bisnis kuliner, komunikasi pemasaran menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan. *Welcome Sweetness*, sebuah bisnis *pastry* dan *bakery*, memanfaatkan Instagram sebagai media utama dalam bauran komunikasi pemasarannya untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana bauran komunikasi pemasaran yang diterapkan *Welcome Sweetness* melalui media sosial, serta dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pemilik dan karyawan yang berperan dalam pengelolaan pemasaran digital *Welcome Sweetness*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran komunikasi pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik memiliki peran signifikan dalam meningkatkan penjualan. Pendekatan ini memastikan semua aspek pemasaran mereka dioptimalkan untuk menarik dan meningkatkan penjualan. Pemanfaatan fitur Instagram seperti *Stories, Reels,* dan interaksi langsung dengan pelanggan terbukti meningkatkan *engagement* dan daya tarik merek. Bauran komunikasi pemasaran yang diterapkan *Welcome Sweetness* melibatkan pendekatan visual yang menarik, pemberian diskon dan promo khusus, serta interaksi aktif dengan pelanggan melalui komentar dan pesan langsung. Penggunaan Instagram dalam pemasaran produk *Welcome Sweetness* telah menunjukan adanya peningkatan penjualandi tahun 2024 sebanyak 8,45% dibandingkan tahun 2023.

*Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Peningkatan Penjualan , Instagram*

# *ABSTRACT*

***Ghani Irsyad Hirlananda, 202010415154*** *Increasing Welcome Sweetness Sales Through Marketing Communication Mix on Instagram*

*In the culinary business world, marketing communication is an important factor in increasing sales. Welcome Sweetness, a pastry and bakery business, uses Instagram as the main media in its marketing communication mix to increase sales. This study aims to analyze how the marketing communication mix is implemented by Welcome Sweetness through social media, and its impact on increasing sales. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through interviews, observations, and documentation. The research informants consisted of the owners and employees who play a role in managing Welcome Sweetness' digital marketing. The results of the study show that the marketing communication mix including products, prices, promotions, places, people, processes, and physical evidence has a significant role in increasing sales. This approach ensures that all aspects of their marketing are optimized to attract and increase sales. The use of Instagram features such as Stories, Reels, and direct interaction with customers has been shown to increase engagement and brand appeal. The marketing communication mix implemented by Welcome Sweetness involves an attractive visual approach, providing special discounts and promos, and active interaction with customers through comments and direct messages. The use of Instagram in marketing Welcome Sweetness products has shown an increase in sales in 2024 by 8.45% compared to 2023.*

*Keywords: Marketing Communication, Sales Increase, Instagram*

# KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, serta karunia-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Peningkatan Penjualan *Welcome Sweetness* Melalui Bauran Komunikasi Pemasaran di Instagram"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik tanpa bantuan serta keterlibatan dari berbagai pihak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta kemampuan penulis dalam menyusun skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Akan tetapi penulis berharap penulis ini menjadi manfaat bagi pihak yang membaca. Dengan ini penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat bagi penulis berupa kesehatan dan kelancaran untuk bisa menyelesaikan skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua Bapak Bambang Hirlananda dan Ibu Herawati yang telah memberikan dukungan moral dan materil bagi penulis dalam kesempurnaan penyususan skripsi ini.

Pada penyusunan skripsi ini, peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, 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.



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4. Ibu Dr. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan, pengarahan, saran dan evaluasi kepada penulis selama penyusunan proposal skripsi.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staf akademik yang telah berperan penting dalam membantu penulis membuat proposal skripsi ini.
6. Kepada teman-teman Ridho Inzaghi Rachman, Pramana Guntur Azhari, Abdurahman Firdaus, Alfa Rifqy Febriansyah, Yoel Steven Melgibson Marpaung, yang telah banyak membantu, mendukung, dan menemani saya dalam pengerjaan skripsi ini.

Meskipun penulis telah berusaha menyelesaikan penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa peneliti ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan penyusunan penelitian ini.

Jakarta, 17 Februari 2025

Penulis,

Ghani Irsyad Hirlananda



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL** ..... **i**
**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING** ..... **ii**
**LEMBAR PENGESAHAN** ..... **iii**
**LEMBAR PERNYATAAN** ..... **vi**
**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. Fokus Penelitian ..... 7
1.3. Pertanyaan Penelitian ..... 7
1.4. Tujuan Penelitian ..... 7
1.5. Manfaat Penelitian ..... 8
1.5.1. Manfaat Teoritis ..... 8
1.5.2. Manfaat Praktis ..... 8
**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** ..... **9**
2.1. Penelitian Terdahulu ..... 9
2.2. Kerangka Konsep ..... 12
2.2.1. Komunikasi Pemasaran ..... 12
2.2.2. Bauran Komunikasi Pemasaran ..... 13
2.2.3. Media Sosial Instagram ..... 16



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.3. Kerangka Berfikir ..... 18
**BAB III METODE PENELITIAN ..... 21**
3.1. Jenis Penelitian ..... 21
3.2. Metode Penelitian ..... 22
3.3. Subjek dan Objek Penelitian ..... 23
3.4. Teknik Pengumpulan Data ..... 23
3.5. Teknik Analisis Data ..... 26
3.6. Triangulasi Data ..... 27
3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 28
3.7.1. Lokasi Penelitian ..... 28
3.7.2. Waktu Penelitian ..... 28
**BAB IV ..... 30**
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 30**
4.1. Profil Umum Perusahaan ..... 30
4.1.1. Profil Informan ..... 31
4.2. Hasil Penelitian ..... 31
4.2.1. Komunikasi Pemasaran antara Penjual dengan Pembeli ..... 31
4.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran *Welcome Sweetness* ..... 35
4.2.3. Instagram sebagai Media Penjualan *Welcome Sweetness* ..... 47
4.3. Pembahasan Penelitian ..... 49
4.3.1. Komunikasi Pemasaran antara Penjual dengan Pembeli ..... 49
4.3.2. Bauran Komunikasi Pemasaran *Welcome Sweetness* ..... 52
4.3.3. Instagram sebagai Media Peningkatan Penjualan *Welcome Sweetness* 56
**BAB V ..... 59**
**KESIMPULAN DAN SARAN ..... 59**
5.1. Kesimpulan ..... 59
5.2. Saran ..... 60
**DAFTAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN**



Peningkatan Penjualan.., Ghani Irsyad Hirlananda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025