



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN “ PAKE MAKE  
STUDIO ” DI AKUN INSTAGRAM  
@PAKEMAKESTUDIOBGR**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom)**

**DONNY YUDA KUSUMA**

**NPM.193516516664**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2023**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY "PAKE  
MAKE STUDIO" ON INSTAGRAM ACCOUNT  
@PAKEMAKESTUDIOBGR**

**THESIS**

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of  
Communication Science (S.I.kom)**

**Donny Yuda Kusuma  
NPM.193516516664**

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE  
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM  
UNIVERSITAS NASIONAL**

2023



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

**FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Donny Yuda Kusuma  
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516664  
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Public Relations*)  
Judul Skripsi : "Strategi Komunikasi Pemasaran "Pake Make Studio" di Akun Instagram @Pakemakestudiobgr"  
Diajukan Untuk : Memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Jakarta, 29 Juli 2023

Dosen Pembimbing

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Dr. Achmad Budiman  
Sudarsono, M.IKom

Drs. Adi Prakosa, M.Si



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIKUNIVERSITAS  
NASIONAL**

**FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Donny Yuda Kusuma  
NPM : 193516516664  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran “ Pake Make Studio” di Akun  
Instagram @Pakemakestudiobgr  
Diajukan untuk : Memenuhi salah Satu Persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik Universitas Nasional

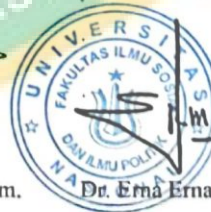
Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 4 September 2023

Dosen Pembimbing,

Dekan

Dr. Achmad Budiman Sudarsono, S.Sos., M.IKom.



Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

#### FORMULIR 4

#### PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Donny Yuda Kusuma  
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516664  
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran "Pake Make Studio" di Akun Instagram @pakemakestudiobgr

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 25 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 4 September 2023

Ketua Sidang : Dr. Safrizal, S.I.P.,M.Si.

Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Penguji II : Dr. Achmad Budiman Sudarsono., S.Sos.,M.IKom

Keterangan :

\*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Donny Yuda Kusuma

Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516664

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran "Pake Make Studio" di  
Akun Instagram @Pakemakestudiobgr

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang dipublikasikan sebelumnya atau yang ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 29 Juli 2023



Yang membuat pernyataan



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

### **ABSTRAK**

Nama : Donny Yuda kusuma  
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Public Relations)  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran “Pake Make Studio” di Akun Instagram @Pakemakestudiobgr

<b>Kata Kunci</b> Komunikasi Pemasaran, <i>Social Action</i> ,Media Sosial, Studio Foto	Perkembangan komunikasi pemasaran saat ini tidak hanya dilakukan secara konvensional saja.Pemasar kini juga memanfaatkan media baru seperti Internet sebagai alternatif untuk melakukan pendekatan kepada calon konsumen. Pemasaran digital adalah suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Strategi yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan sebagai terwujudnya tujuan dari perusahaan tersebut. Penelitian ini membahas tentang Strategi Komunikasi Pemasaran “Pake Make Studio” di Akun Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh pake make. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diketahui bahwa perencanaan pemanfaatan Instagram yang pake make lakukan adalah dengan makna pesan yang disampaikan, tindakan, dan audiens serta menganalisis khalayak, menentukan tujuan, pemilihan media dan saluran komunikasi, dan mengembangkan rencana atau kegiatan untuk pencapaian tujuan.
<b>Pembimbing</b>	<b>Dr. Achmad Budiman Sudarsono, S.Sos., M.IKom</b>



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

**ABSTRACT**

Name : Donny Yuda Kusuma  
Courses : Ilmu Komunikasi (Public Relations)  
Thesis Title : Strategi Komunikasi Pemasaran “Pake Make Studio” di Akun Instagram @Pakemakestudiobgr

<p><b>Key Words</b> Communication strategy, Social Action Media Studies, consumer trust, Pakemake Studio</p>	<p>The development of current marketing communications is not only carried out conventionally. Marketers are now also utilizing new media such as the Internet as an alternative to approach potential consumers. Digital Marketing is a marketing activity that uses the internet and information technology to expand and enhance traditional marketing functions. A good strategy will provide benefits for the company as the realization of the goals of the company. This study discusses the "Pake Make Studio" Marketing Communication Strategy on Instagram Accounts as a digital marketing communication medium carried out by Pak Make. The method used in this research is descriptive qualitative method. Based on the results of the research and discussion, it is known that the planning for using Instagram using make is done by means of the message conveyed, actions, and audience as well as analyzing audiences, determining goals, choosing media and channels</p>
<p><b>Pembimbing</b></p>	<p><b>Dr. Achmad Budiman Sudarsono, S.Sos., M.IKom</b></p>



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah adanya kekuatan media sosial instagram dalam pemasaran online. Untuk itu penulis tertarik untuk meneliti masalah bagaimana penggunaan media sosial instagram pakemake studio sebagai komunikasi pemasaran online.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. El Army Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional Jakarta.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Dr.Achmad Budiman Sudarsono, MI.Kom selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dengan sabar dan memberikan saran, kritik, serta diskusi yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen FISIP terutama Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada peneliti.
8. Bapak Sumadi dan Ibu Yayuk Rubiyati selaku orang tua yang telah

memberikan segalanya bagi peneliti, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

9. Mohamad Nizar, Yoga Pratama, Fally Agung dan Safira Putri selaku teman perjuangan skripsi yang telah menghabiskan banyak waktu bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sasqia Eka Maharani yang telah mengajarkan banyak tentang kehidupan.
11. Fanny Arfiana Putri yang telah memberikan support

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



Bogor, 10 Juni 2023

Donny Yuda Kusuma

## DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
FORMULIR PERSETUJUAN PERBAIKAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 <i>Social Action</i> .....	19
2.3 Landasan Konsep.....	22
2.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	22
2.3.2 Perilaku Konsumen .....	24
2.3.3 <i>New Media</i> ( Media Baru ).....	25
2.3.4 Media Sosial. ....	27
2.3.5 Metode STP ( <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> ).....	33
2.5 Kerangka Pemikiran .....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	38

3.1	Pendekatan Penelitian.....	38
3.2	Penentuan Informan .....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4	Teknik Pengolaan dan Analisis Data.....	42
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Profile dan Gambaran Umum Pakemake Studio .....	47
4.1.2	Sejarah Perusahaan.....	48
4.1.3	Visi Misi Perusahaan .....	49
4.1.4	Logo .....	49
4.1.5	Klien Pakemake Studio .....	50
4.1.6	Strategi Komunikasi Pemasaran Pake Make Dalam Instagram.....	51
4.1.7	Konsep STP ( <i>Segmentation, Targeting, Posisioning</i> ) .....	56
4.2	Pembahasan .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>72</b>
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	74
5.2.1	Saran Teoritis .....	74
5.2.2	Saran Praktis.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>76</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Akun Instagram Pakemake Studio pusat.....	3
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran.....	46
<b>Gambar 4.1</b> Logo Pakemakestudio.....	49
<b>Gambar 4.2</b> Komentar Dalam Instagram.....	55
<b>Gambar 4.3</b> Review Tentang Pakemake Studio.....	65



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	13
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	46
<b>Tabel 4.1</b> Data Pelanggan Pakemakestudio.....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I** : **Surat Tugas**
- Lampiran II** : **Daftar Perntanyaan Wawancara**
- Lampiran III** : **Daftar Perntanyaan Wawancara**
- Lampiran IV** : **Dokumentasi Wawancara**
- Lampiran V** : **Dokumentasi Wawancara**
- Lampiran VI** : **Daftar Riwayat Hidup**
- Lampiran VII** : **SKPI**
- Lampiran VIII** : **Cek Turnitin**

