



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* DALAM
MENGEMBANGKAN PENJUALAN MELALUI INSTAGRAM
@SKINMURCHOFFICIAL**

SKRIPSI

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

UMI CAHYANINGSIH

213516516357

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS NASIONAL

JANUARI 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

***IMPLEMENTATION OF ONLINE MARKETING COMMUNICATION IN
DEVELOPING SALES THROUGH INSTAGRAM
@SKINMURCHOFFICIAL***

THESIS

***Submitted as partial fulfilment of the requirements for Bachelor of
Communication Science (S.I.Kom) degree***

UMI CAHYANINGSIH

213516516357

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATIONS SCIENCE DEPARTMENT

UNIVERSITAS NASIONAL

JANUARY 2025



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Umi Cahyaningsih

NPM : 213516516357

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Online dalam
Mengembangkan Penjualan melalui Instagram
@skinmurchofficial

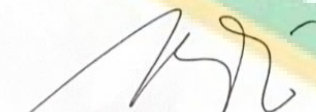
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional

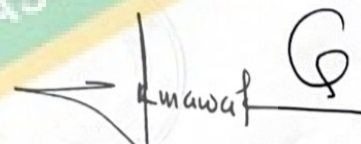
Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 19 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Drs. Adi Prakosa, M.Si.


Dr. Erna Ermawati Chotim., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Umi Cahyaningsih
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516357
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Online dalam
Mengembangkan Penjualan melalui Instagram @skinmurchofficial

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam
Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 08 Maret 2025, sebagaimana tertulis dalam
"Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 20 Maret 2025

Ketua Sidang : Dr. Aoi Yuli Firdaus, S. I. P., M. Si.

Penguji I : Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M. Si, M. I. Kom.

Penguji II/Pembimbing : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Keterangan :

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



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Umi Cahyaningsih
NPM : 213516516357
Program Studi : Ilmu Komunikasi / *Public Relations*
Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Online dalam Mengembangkan Penjualan Melalui Instagram @skinmurchofficial.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 08 Maret 2025 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S. I. P., M.Si.
2. Pembimbing : Drs. Adi Prakosa, M.Si.
3. Penguji I : Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M. Si, M. I. Kom.
4. Penguji II : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 08 Maret 2025



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Umi Cahyaningsih

NPM : 213516516357

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Online dalam
Mengembangkan Penjualan melalui Instagram
@skinmurchofficial

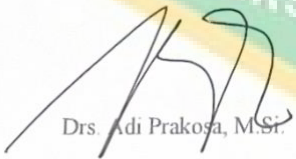
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

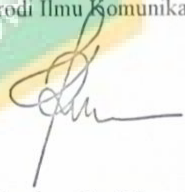
Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 05 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Drs. Adi Prakosa, M.Si.


Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama : Umi Cahyaningsih

Npm : 213516516357

Tanda Tangan :

Tanggal : 25 Maret 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, zat yang maha pengasih dan maha penyayang, tuhan semesta alam, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* DALAM MENGEMBANGKAN PENJUALAN MELALUI INSTAGRAM @SKINMURCHOFFICIAL”**. Shalawat serta salam tak lupa juga kami curahkan kepada baginda nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk menempuh Pendidikan tingkat Sastra Satu (SI) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Bapak Adi Prakosa, S.I.Kom., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu nya, mengarahkan

tenaga serta pikiran, memberikan masukan dan saran, serta telah membimbing dan juga mengarahkan penulis dengan penuh ketelitian dan juga kesabaran selama penulis melakukan penyusunan skripsi ini.

8. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, dan praktik mengenai dunia komunikasi.
9. Bapak Siswanto dan Ibu Yunaningsih sebagai orang tua kandung peneliti, Ari Budi Kusuma sebagai adik peneliti yang selalu memberikan dukungan, selalu mendoakan setiap langkah peneliti, melimpahkan kasih sayang yang begitu banyak sehingga peneliti dapat menyelesaikan masa perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.
10. Ka Defi Apita, Ka Monic, Ka wulan Nursari dan Ka Nadiya Arifah yang telah meluangkan waktunya sebagai informan penelitian pada skripsi ini.
11. Andhien Aiko, Dewi Hani, Johanna Manurung, Dinda Amaris dan Khofifah Fahzria sebagai sahabat penulis yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama melaksanakan pengerjaan skripsi ini dan terus memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis. Terimakasih sudah kebersamaan dan mewarnai hari-hari penulis selama masa perkuliahan sampai saat penyusunan skripsi ini.
12. Desy Eka dan Amanda Maila sebagai teman penulis yang telah memberikan dukungan dan hiburan agar penulis tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Rayhan Putra Zaera yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis agar penulis tidak menyerah dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulis

Umi Cahyaningsih

ABSTRAK

Nama : Umi Cahyaningsih

Program Studi : Ilmu Komunikasi / *Public Relation*

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Online dalam Mengembangkan Penjualan melalui Instagram @skinmurchofficial

Dosen Pembimbing : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Di era digital saat ini media sosial menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran, terutama di sektor yang bergerak di industri kecantikan. Terlebih lagi di era yang serba cepat dan canggih seperti saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan di industri kecantikan ini juga semakin ketat dan perusahaan berlomba-lomba melakukan kampanye pemasaran secara besar-besaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan komunikasi pemasaran secara online dalam mengembangkan penjualan melalui Instagram @skinmurchofficial. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Jenis penelitian deskriptif dengan metode studi kasus guna mengeksplorasi bagaimana @skinmurchofficial memanfaatkan Instagram sebagai saluran pemasaran untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @skinmurchofficial telah berhasil memanfaatkan dan mengoptimalkan seluruh fitur instagram sebagai media utama dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran. Selain itu @skinmurchofficial juga menjalin kerjasama bersama *influencer* dan membangun hubungan baik dengan konsumen yang juga mendukung *brand awareness* sehingga dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas terhadap @skinmurchofficial sehingga dapat mendukung peningkatan penjualan produk.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Mengembangkan Penjualan, Instagram

ABSTRACT

Name : Umi Cahyaningsih

Department : Ilmu Komunikasi / *Public Relation*

Title : Implementation of Online Marketing Communication in
Developing Sales through Instagram @skinmurchofficial

Lecturer : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

In today's digital era, social media has become one of the main tools in carrying out marketing communication activities, especially in the sector engaged in the beauty industry. Moreover, in an era that is fast and sophisticated like today, it is undeniable that competition in the beauty industry is also getting tighter and companies are competing to carry out large-scale marketing campaigns. This study aims to analyze the application of online marketing communications in developing sales through Instagram @skinmurchofficial. This study uses a qualitative research approach. The type of descriptive research with a case study method to explore how @skinmurchofficial uses Instagram as a marketing channel to increase product visibility and sales. Data collection techniques used in this study were by conducting interviews, observations and documentation. The results of the study showed that @skinmurchofficial has succeeded in utilizing and optimizing all Instagram features as the main media in carrying out marketing communication activities. In addition, @skinmurchofficial also collaborates with influencers and builds good relationships with consumers who also support brand awareness so that they can build trust and credibility towards @skinmurchofficial so that they can support increased product sales.

Keywords : Marketing Communication, Developing Sales, Instagram

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori dan Konsep	18
2.2.1 Landasan Teori	18
2.2.2 Landasan Konsep.....	19
2.3 Kerangka Berpikir	30
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
3.3 Metode dan Sifat Penelitian.....	32
3.4 Subyek dan Obyek Penelitian.....	33
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.1 Narasumber	35
3.1.1 Key Informan.....	35
3.1.2 Informan Pendukung.....	35
3.2 Teknik Keabsahan Data.....	36
3.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	38
3.4 Perencanaan Jadwal Penelitian.....	40

BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Perusahaan Skinmurch.....	41
4.1.1 Profile Skinmurch	41
4.1.2 Struktur Organisasi	42
4.1.3 Profil Informan.....	43
4.2 Hasil penelitian dan Pembahasan	44
4.2.1 Hasil Penelitian Penerapan Komunikasi Pemasaran Oline dalam Mengembangkan Penjualan Melalui Instagram @skinmurchofficial	44
4.2.2 Pembahasan.....	70
BAB V.....	80
PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 1Rangkaian Produk Skinmurch.....	5
Gambar 1.1. 2 Testimoni Produk Skinmurch	6
Gambar 1.1. 3 Kolaborasi dengan Influencer	7
Gambar 2.3. 1Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 3.8. 1 Analisis Data Model Interaktif	38
Gambar 4.1.1. 1 Logo Skinmurch.....	41
Gambar 4.2.1. 1 Review dari Tasya Farasya	46
Gambar 4.2.1. 2 Review dari Dilan Janiyar	48
Gambar 4.2.1. 3 Review dari Konsumen	51
Gambar 4.2.1. 4 Jenis Konten Skinmurch	53
Gambar 4.2.1. 5 Viewers Reels	57
Gambar 4.2.1. 6 Interaksi dengan audience melalui tap <i>reaction</i> dan <i>questions box</i>	59
Gambar 4.2.1. 7 Live Collab dengan Influencer yang diinformasikan melalui Instagram @skinmurchofficial	61
Gambar 4.2.1. 8 Testimoni dari Penggunaan Produk Skinmurch.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. 1	Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.9. 1	Jadwal Pelaksanaan.....	40
Tabel 4.1.1. 1	Harga Produk Skinmurch.....	42
Tabel 4.1.2. 1	Struktur Skimurch.....	42
Tabel 4.1.3. 1	Informan.....	43

