



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN  
JASA MELALUI INSTAGRAM DALAM PENGGUNAAN  
JASA BEAUTY STUDIO BY CDY**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

**Wahyu Purnomo Aji**

**163112351650032**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
2022**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES IN PROMOTING  
SERVICES THROUGH INSTAGRAM IN USING  
BEAUTY STUDIO BY CDY**

**THESIS**

Submitted as one the requirements for obtaining a Bachelor of Communication

Sciense (S.Ikom)

**Wahyu Purnomo Aji**

**163112351650032**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE**

**COMMUNICATION SCINECE STUDY PROGRAM**

**2022**



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

Lembar Pengesahan

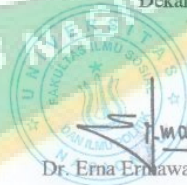
Nama : Wahyu Purnomo Aji  
NPM : 163112351650032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan  
Jasa Melalui Instagram Dalam Penggunaan Jasa Beauty  
Studio By Cdy  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk Disahkan  
Jakarta, 15 September 2022

Dosen Pembimbing

Drs. Hadi Surantio, M.Si

Dekan



Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Purnomo Aji

NIM : 163112351650032

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikn Jasa Melalui Instagram Dalam Penggunaan Jasa Beauty Studio By CDY

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

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

Jakarta, 15 September 2022

Yang membuat Pernyataan



Wahyu Purnomo Aji

## ABSTRAK

Nama : Wahyu Purnomo Aji  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Jasa Melalui Instagram Dalam Penggunaan Jasa Beauty Studio By Cdy

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kata Kunci</b><br><br>Strategi Komunikasi Pemasaran, Promosi, Bauran Pemasaran | Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Jasa Melalui Instagram Dalam Penggunaan Jasa Beauty Studio By Cdy”. Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan pemasaran. Apabila komunikasi terhambat, maka kegiatan pemasaran pun ikut terhambat. Kegiatan komunikasi pemasaran bertujuan untuk memperkenalkan serta mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat. Promosi yang dilakukan adalah agar konsumen mengetahui dan berminat untuk membeli dan tetap menggunakan produk yang ditawarkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dalam mempromosikan jasa melalui <i>online</i> dalam penggunaan jasa Beauty Studio by Cdy. Dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi strategi komunikasi dalam mempromosikan jasa melalui <i>online</i> dalam meningkatkan penggunaan jasa Beauty Studio by Cdy. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan adalah mengidentifikasi khalayak yang dituju, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, dan memilih saluran komunikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Narasumber penelitian ini sebanyak empat orang, satu merupakan owner dan tiga merupakan konsumen. Pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mendeskripsikan Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh owner atau pemilik Beauty Studio By Cdy yang meliputi mengidentifikasi khalayak yang dituju, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, dan memilih saluran komunikasi. |
| Pembimbing                                                                        | Drs. Hadi Surantio, M.Si                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## ABSTACT

Nama : Wahyu Purnomo Aji  
Program Studi : Communication Studies  
Judul Skripsi : Marketing Communication Strategies In Promoting Services Through Instagram In Using Beauty Studio By Cdy

|                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Keywords</b><br>Marketing Communications Strategy, Promotions, Marketing Mix | This research is entitled "Marketing Communication Strategy in Promoting Services Through Instagram in Using Beauty Studio By Cdy Services". Communication has a very important role in carrying out marketing activities. If communication is hampered, marketing activities will also be hampered. Marketing communication activities aim to introduce and communicate a product to the public. The promotion is done so that consumers know and are interested in buying and continuing to use the products offered. The purpose of this study was to find out how the communication strategy in promoting services through online in the use of Beauty Studio by Cdy services. And to find out the factors that influence the communication strategy in promoting services through online in increasing the use of Beauty Studio by Cdy services. The marketing communication strategy used is to identify the intended audience, determine communication objectives, design messages, and choose communication channels. The research method used is a qualitative method with a descriptive approach. The resource persons for this study were four people, one was the owner and three were consumers. Data collection used by interview, observation, and documentation. The results of this study describe the Marketing Communication Strategy carried out by the owner or owner of Beauty Studio By Cdy which includes identifying the intended audience, determining communication objectives, designing messages, and choosing communication channels. |
| Mentor                                                                          | Drs. Hadi Surantio, M.Si                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## Kata Pengantar

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Jasa Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Penggunaan Jasa Beauty Studio By Cdy” sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti sepenuhnya menyadari bahwa selesainya penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun material. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah membantu hingga penyusunan penelitian ini selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., beserta jajarannya.
4. Bapak Drs. Hadi Surantio, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan penelitian ini.

5. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan keilmuan serta berbagi wawasan dan pengalaman kepada penulis.
6. Keluarga dan kedua orang tua penulis atas dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
7. Teruntuk Amalia, Septi, Lissa, dan Ayu sebagai narasumber yang telah membantu dan mendukung penelitian ini.
8. Teruntuk sahabat dari teman seperjuangan angkatan 2016 Ilmu Komunikasi, dan khususnya sahabat penulis seluruhnya yang ada di tempat kumpul KBM namun tidak bisa penulis sebut namanya satu persatu tapi tidak mengurangi rasa hormat kepada kalian semua. Serta bagi sahabat dari peneliti yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini yaitu Syahdat, Arie, Aditya, Buddi, Ayu, Ridwan, Wafa dan Sigit terima kasih atas dukungan kalian dengan rasa haru peneliti ucapkan.

Peneliti menyadari bahwa sepenuhnya hasil penelitian ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti sangat mengharapkan masukan, baik kritik maupun saran. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya bagi pembaca umumnya. Semoga semua hasil usaha yang peneliti capai selalu mendapat Ridho dari Allah SWT. Amin.

Jakarta, 4 Juli 2022

Wahyu Purnomo Aji

## Daftar Isi

|                                            |             |
|--------------------------------------------|-------------|
| <b>FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>  | <b>iii</b>  |
| <b>Lembar Pengesahan Orisinalitas.....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                       | <b>v</b>    |
| <b>ABSTACT.....</b>                        | <b>vi</b>   |
| <b>Kata Pengantar .....</b>                | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                     | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                  | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>               | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>              | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>            | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>            | <b>9</b>    |
| <b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>         | <b>9</b>    |
| <b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>        | <b>9</b>    |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis .....              | 9           |
| 1.4.2. Manfaat Praktis .....               | 10          |
| <b>1.5 Sistematika Penulisan .....</b>     | <b>10</b>   |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>        | <b>12</b>   |
| <b>2.1. Penelitian Terdahulu.....</b>      | <b>12</b>   |
| <b>2.2. Promosi.....</b>                   | <b>15</b>   |
| 2.2.1. Pengertian Promosi .....            | 15          |
| 2.2.2. Tujuan Promosi .....                | 16          |
| 2.2.3. Dimensi Promosi.....                | 17          |
| <b>2.3. Jasa .....</b>                     | <b>19</b>   |
| 2.3.1 Pengertian Jasa .....                | 19          |
| 2.3.2 Karakteristik Jasa .....             | 20          |
| <b>2.4. Komunikasi .....</b>               | <b>22</b>   |
| 2.4.1. Pengertian Komunikasi .....         | 22          |
| 2.4.2. Unsur-unsur Komunikasi .....        | 23          |

|                |                                                             |           |
|----------------|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4.3.         | Jenis-jenis Komunikasi .....                                | 25        |
| 2.4.4.         | Tipe-tipe Komunikasi.....                                   | 26        |
| <b>2.5.</b>    | <b>Komunikasi Pemasaran .....</b>                           | <b>28</b> |
| 2.5.1          | Pengertian Komunikasi Pemasaran.....                        | 28        |
| 2.5.2          | Bauran Komunikasi Pemasaran .....                           | 29        |
| 2.5.3          | Tujuan Komunikasi Pemasaran.....                            | 31        |
| 2.5.4          | Ciri-ciri Komunikasi Pemasaran .....                        | 33        |
| 2.5.5          | Langkah Pengembangan Komunikasi Pemasaran yang Efektif..... | 34        |
| 2.5.6          | Jenis-jenis Model Komunikasi Pemasaran.....                 | 35        |
| <b>2.6.</b>    | <b>Strategi Komunikasi Pemasaran .....</b>                  | <b>36</b> |
| 2.6.1.         | Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran .....              | 36        |
| 2.6.2.         | Tahap-tahap Strategi Komunikasi Pemasaran .....             | 38        |
| 2.6.3.         | Empat Komponen Strategi Komunikasi Pemasaran .....          | 40        |
| <b>2.7.</b>    | <b>Media Online.....</b>                                    | <b>42</b> |
| 2.7.1.         | Pengertian Media Online.....                                | 42        |
| 2.7.2.         | Fungsi Media Online.....                                    | 43        |
| 2.7.3.         | Karakteristik Media Online.....                             | 43        |
| 2.7.4.         | Jenis-jenis Media Online.....                               | 45        |
| 2.7.5.         | Keunggulan Media Online .....                               | 46        |
| 2.7.6.         | Kekurangan Media Online .....                               | 47        |
| <b>2.8.</b>    | <b>Teori AISAS .....</b>                                    | <b>48</b> |
| <b>2.9.</b>    | <b>Kerangka Konsep .....</b>                                | <b>50</b> |
| <b>BAB III</b> | <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                          | <b>51</b> |
| <b>3.1.</b>    | <b>Metode Penelitian .....</b>                              | <b>51</b> |
| 3.1.1.         | Data Primer .....                                           | 52        |
| 3.1.2.         | Data Sekunder .....                                         | 53        |
| <b>3.2.</b>    | <b>Informan Penelitian .....</b>                            | <b>53</b> |
| <b>3.3.</b>    | <b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>                        | <b>54</b> |
| <b>3.4.</b>    | <b>Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....</b>              | <b>57</b> |
| <b>3.5.</b>    | <b>Teknik Analisis Data .....</b>                           | <b>60</b> |
| <b>3.6.</b>    | <b>Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>                    | <b>61</b> |
| <b>BAB IV</b>  | <b>PEMBAHASAN.....</b>                                      | <b>62</b> |

|                                                                                                                                                    |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1. Hasil Penelitian .....                                                                                                                        | 62        |
| 4.2. Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan agar konsumen mengenal online shop anda dan tertarik untuk menggunakan produk dan jasa anda..... | 64        |
| 4.3. Mengidentifikasi Khalayak yang Dituju .....                                                                                                   | 66        |
| 4.4. Menentukan Tujuan Komunikasi.....                                                                                                             | 68        |
| 4.5. Merancang Pesan .....                                                                                                                         | 70        |
| 4.6. Memilih Saluran Komunikasi .....                                                                                                              | 72        |
| 4.7. Pembahasan .....                                                                                                                              | 75        |
| <b>BAB V KESIMPULAN .....</b>                                                                                                                      | <b>79</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                                                                                                                              | 79        |
| 5.2. Saran.....                                                                                                                                    | 80        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                                         | <b>81</b> |



## Daftar Gambar

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2021 .....     | 4  |
| Gambar 1.2 Pembelian Secara Online Berdasarkan Kelompok Umur ..... | 5  |
| Gambar 1.3 Pengguna Instagram .....                                | 6  |
| Gambar 4.1 Akun Instagram BeautyStudioBy.Cdy .....                 | 64 |
| Gambar 4.2 Lokasi BeautyStudioBy.Cdy .....                         | 68 |
| Gambar 4.3 Pesan pada Instagram .....                              | 71 |
| Gambar 4.4 Saluran Komunikasi .....                                | 74 |



## Daftar Tabel

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Data Pelanggan Beuaty by Cdy ..... | 7  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....         | 11 |
| Tabel 2.2 Kerangka Konsep .....              | 44 |



## Daftar Lampiran

|            |                                                                         |
|------------|-------------------------------------------------------------------------|
| LAMPIRAN A | : Daftar Pustaka                                                        |
| LAMPIRAN B | : Transkrip wawancara <i>Keyinforman</i> (Owner<br>BeautyStudioByCdy)   |
| LAMPIRAN B | : Transkrip wawancara <i>Informan</i> 1 (Konsumen<br>BeautyStudioByCdy) |
| LAMPIRAN B | : Transkrip wawancara <i>Informan</i> 2 (Konsumen<br>BeautyStudioByCdy) |
| LAMPIRAN B | : Transkrip wawancara <i>Informan</i> 3 (Konsumen<br>BeautyStudioByCdy) |
| LAMPIRAN C | : Surat Kesediaan Penelitian                                            |
| LAMPIRAN D | : Surat Izin Penelitian                                                 |
| LAMPIRAN E | : Surat Balasan Penelitian                                              |
| LAMPIRAN F | : Dokumentasi Penelitian                                                |
| LAMPIRAN G | : Daftar Riwayat Hidup                                                  |