

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA DIGITAL  
MARKETING CARIBUAH**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
Manajemen**



**NATAYA KUSUMA**

**1141001007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya  
nyatakan dengan benar.**

**Nama : Nataya Kusuma**

**NIM : 1141001007**

**Tanda Tangan**



**Tanggal : 23 November 2020**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI  
PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM DIGITAL MARKETING CARIBUAH**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen**



**Oleh:  
NATAYA KUSUMA  
1141001007**

Disetujui,  
Jakarta, 28 September 2020

**Pembimbing**



**Ir. Deddy Herdiansjah, M.Sc., M.B.A., Ph.D.**

**Pembahas I**



**Dr. Suwandi, SE, M.Si.,**

**Pembahas II**



**Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M.**

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Orang tua, kakak, dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dukungan, dan doa;
- 2) Deddy Herdiansjah, Ir., M.Sc., M.B.A., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 3) Sahabat yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini;
- 4) Keenam narasumber pada penelitian ini yang memberikan waktu, ilmu, dan dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.

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

Jakarta, 28 September 2020

Nataya Kusuma

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nataya Kusuma  
NIM : 1141001007  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : S1

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Peran Media Sosial Instagram pada Digital Marketing Caribuah

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta, Pada tanggal : 23 November 2020

Yang menyatakan



(Nataya Kusuma )

# PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM DIGITAL MARKETING CARIBUAH

Nataya Kusuma

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi digital marketing pada Caribuah melalui Instagram dan mengetahui dampak marketing Caribuah lewat Instagram dalam mempertahankan *customer* agar tetap loyal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik penyusunan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi oleh lima orang konsumen Caribuah. Pada metode penelitian kualitatif penulis menggunakan pendekatan *grounded teori* (Grounded Theory Approach) yang merupakan metode penelitian kualitatif dengan sejumlah prosedur sistematis guna mengembangkan teori dari kancah. Penelitian mengenai “Peran Media Sosial Instagram dalam Pengembangan Digital Marketing Bisnis Caribuah” dilakukan dengan menggali fakta dari konsumen dan analisa dari bisnis penulis. Penelitian ini juga melampirkan *business plan* dan *business model canvas* sehingga dapat berguna bagi *entrepreneurs* terutama bagi pemula.

Kata kunci: media sosial, instagram, *digital marketing*, *entrepreneur*, *business plan*

# **SOCIAL INSTAGRAM THE ROLE OF MEDIA IN SEARCHING DIGITAL MARKETING**

Nataya Kusuma

## **ABSTRACT**

This study aims to look at digital marketing strategies on Caribuah through Instagram and the impact of Caribuah marketing via Instagram in keeping customers loyal. The research method used is a qualitative method. The data collection technique in this research was carried out using in depth interviews and observations by five consumers Caribuah. The author's qualitative research method uses a grounded theory approach (Grounded Theory Approach) which is a qualitative research method with a number of systematic systems in order to develop theories from the field. Research on "The Role of Instagram Social Media in the Development of Digital Marketing for the Caribuah Business was carried out by eliminating facts from consumers and analysis from business writers. This research also overlays the canvas business plan and business model so that it can be useful for entrepreneurs, especially for beginners.

Keywords: sosial media, instagram, *digital marketing*, *entrepreneur*, *business plan*.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR ABSTRAK .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
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 .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Tinjauan Pustaka .....	11
2.2.1 Media Sosial .....	11
2.2.2 Definisi Instagram dalam Bisnis .....	13
2.2.2.1 Fitur Bisnis Instagram.....	15
2.2.2.2 Optimasi Instagram dalam Mengembangkan Bisnis .....	17
2.2.2.2.1 Optimasi Instagram Bio .....	17
2.2.2.2.2 Optimasi Konten Instagram .....	20
2.2.3 Digital Marketing .....	25
2.2.3.1 Perkembangan Digital Marketing di Indonesia .....	26
2.2.3.2 Strategi Digital Marketing .....	27
2.2.3.3 <i>Brand Equity</i> dalam Digital Marketing .....	28
2.2.4 Caribuah .....	30
2.2.4.1 Kompetitor Caribuah .....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Business Plan .....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.2.1 Desain Penelitian .....	39
3.2.2 Pengumpulan Data .....	39
3.2.3 Penyusunan Data .....	40
3.2.4 Analisa Data .....	40
3.2.5 Perbandingan dengan Literatur .....	43
3.3 Tahap Penelitian.....	43
3.3.1 Tahap Pendahuluan .....	43



3.3.2 Studi Literatur.....	43
3.3.3 Identifikasi Masalah .....	43
3.4 Tahap Pengembangan Strategi Bisnis (Metode <i>Business Model Canvas</i> )...	44
3.5 Tahap Analisa dan Pembahasan.....	46
3.5.1 Usulan Pengembangan <i>Business Mode Canvas</i> .....	46
3.5.2 Interpretasi Analisis Data .....	46
3.5.3 Kesimpulan dan Saran.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Profil Usaha.....	48
4.1.2 Visi dan Misi .....	49
4.1.3 Strategi Marketing Caribuah .....	50
4.1.4 Media Sosial Instagram @Caribuah.....	50
4.1.5 Alpukat Caribuah .....	52
4.1.6 Gambaran Subyek Penelitian .....	54
4.2 Hasil Penelitian .....	60
4.2.1 Digital Marketing Instagram .....	60
4.2.2 Teori AIDA pada Strategi Instagram .....	63
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 Strategi Instagram Caribuah.....	66
4.3.1.1 Konten Edukasi.....	66
4.3.1.2 Fotografer Profesional untuk Foto Produk .....	68
4.3.1.3 <i>Quotes</i> .....	69
4.3.1.4 Kolaborasi dengan <i>Influencers</i> yang Tepat .....	69
4.3.1.5 <i>Caption</i> dan <i>Hashtag</i> yang Menarik.....	72
4.3.1.6 <i>Giveaway</i> .....	73
4.3.1.7 Instagram <i>Story</i> .....	75
4.3.1.8 Konten Video di IGTV .....	76
4.3.1.9 Tema Warna Instagram.....	77
4.3.2.0 Caribuah sebagai <i>Healty Agent</i> .....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan .....	80
5.1.1 Mengetahui Strategi Digital Marketing Caribuah melalui Instagram.....	80
5.1.2 Dampak Marketing Caribuah melalui Instagram dalam Mempertahankan Customer agar Tetap Loyal.....	81
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Praktisi.....	81
5.2.2 Saran Akademis.....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Platform Sosial Media Paling Populer .....	1
Gambar 2.1 Produk Caribuah.....	31
Gambar 2.2 Kekuatan Forces pada Bisnis Buah Online .....	33
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	36
Gambar 4.1 Logo Caribuah.....	49
Gambar 4.2 Tampilan akun Instagram Caribuah .....	51
Gambar 4.3 Alpukat Mentega Biasa .....	52
Gambar 4.4 Alpukat Mentega Jumbo .....	53
Gambar 4.5 Alpukat Flores .....	54
Gambar 4.6 Narasumber 1 Elisha Eka Putri .....	55
Gambar 4.7 Narasumber 2 Diana.....	56
Gambar 4.8 Narasumber 3 Mis Nani Gultom .....	56
Gambar 4.9 Narasumber 4 Niki Suharto G. Partakusuma .....	57
Gambar 4.10 Narasumber 5 Maya Sitha.....	58
Gambar 4.11 Narasumber 6 Helmy Tiwery. W .....	60
Gambar 4.12 Contoh update kondisi alpukat Caribuah di Instagram <i>Feed</i> .....	61
Gambar 4.13 Contoh update ready stock alpukat Caribuah di Instagram <i>Feed</i> .....	61
Gambar 4.14 Contoh update kondisi alpukat Caribuah di Instagram <i>Story</i> .....	62
Gambar 4.15 Teknik AIDA.....	64
Gambar 4.16 Hasil Foto Produk.....	69
Gambar 4.17 Konten <i>Quotes</i> .....	69
Gambar 4.18 <i>Reach Instagram</i> Caribuah.....	72
Gambar 4.19 <i>Caption</i> Instagram Caribuah .....	73
Gambar 4.20 <i>Giveaway</i> Caribuah .....	74
Gambar 4.21 Komentar Audiens di konten <i>Giveaway</i> .....	74
Gambar 4.22 Arti Warna Dalam Instagram .....	77
Gambar 4.23 Visual Instagram <i>Feeds</i> Caribuah .....	78
Gambar 4.24 Tahap Strategi Pemasaran <i>Online</i> Caribuah melalui Instagram .....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 2.2 Perbandingan Akun Instagram Kompetitor .....	32
Tabel 2.3 <i>Business Model Canvas</i> (BMC) Caribuah .....	35
Tabel 4.1 Hasil Wawancara Peneliti .....	58
Tabel 4.2 Konten Edukasi Caribuah .....	68
Tabel 4.3 <i>Influencer</i> Caribuah.....	71
Tabel 4.4 Kategori Instagram <i>Story</i> Caribuah .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Business Plan.....	87
Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara .....	109
Lampiran 3 Wawancara .....	111