

**ANALISIS STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING*  
MELALUI *ONLINE CUSTOMER REVIEW* PADA INSTAGRAM  
@VALBROWNIES**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Amalia Indah Sari Haro**

**1191903003**

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

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

**Nama** : Amalia Indah Sari Haro

**NIM** : 1191903003

**Tanda Tangan** : 

**Tanggal** : 04 Agustus 2023

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Amalia Indah Sari Haro  
NIM : 1191903003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING*  
MELALUI *ONLINE CUSTOMER REVIEW* PADA  
INSTAGRAM @VALBROWNIES

**Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan Diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Dr. Fitri Argarini, B. Arts



Penguji 1 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.

Penguji 2 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 04 Agustus 2023

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan ridha-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, bantuan, bimbingan, dan panduan ilmu yang tidak henti didapat dari berbagai pihak yang terkait. Ucapan terima kasih penulis ditunjukkan kepada pihak-pihak berikut:

1. Allah SWT, yang sudah memberikan kekuatan hasrat, jiwa, dan raga penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi tugas akhir dan sebagai salah satu pihak utama yang penulis tunjukkan sebagai salah satu bukti bahwa hambanya akan terus belajar menghadapi ujian yang diberikan.
2. Ibu Dr, Fitri Argarini, B.Arts selaku dosen pembimbing terbaik dan tersabar yang sudah meluangkan waktu untuk mengarahkan, membimbing, dan memberikan banyak saran kepada penulis selama proses pembuatan skripsi yang berlangsung dari awal hingga akhir.
3. Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si. selaku dosen penguji seminar proposal dan sidang tugas akhir, yang memberikan masukan serta sarannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Dessy Kania, B.A., M.A selaku dosen penguji skripsi penulis yang banyak memberi saran dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Venny Septia Monica sebagai informan ahli *Digital Marketing* atau triangulator yang telah membantu penulis dalam penelitian ini.
6. Seluruh dosen Universitas Bakrie yang sudah memberikan banyak ilmu kepada penulis selama menempuh Pendidikan di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang membuat penulis sampai di tahap penyusunan skripsi.
7. Orang tua, Kakak, Adik, dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan semangat, serta doa yang terus menyemangati dan menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Suami dan anak tersayang yang selalu memberikan semangat dan dukungannya sehingga termotivasi untuk dapat menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat dan juga *Owner @valbrownies* Vara Anggia yang sudah meluangkan waktu dan tenaganya menjadi informan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang sangat membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Sebagai manusia, saya sangat menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu saya sangat mengharapkan saran serta kritik demi perbaikan skripsi ini. Selain itu, besar harapan saya bahwa skripsi ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya serta bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 04 Agustus 2023

Peneliti

Amalia Indah Sari Haro

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Amalia Indah Sari Haro

NIM : 1191903003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**“ANALISIS STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI ONLINE CUSTOMER REVIEW PADA INSTAGRAM @VALBROWNIES”**

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 : 04 Agustus 2023

Yang menyatakan,



(Amalia Indah Sari Haro)

**ANALISIS STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING*  
MELALUI *ONLINE CUSTOMER REVIEW* PADA INSTAGRAM  
@VALBROWNIES**

**AMALIA INDAH SARI HARO**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital *marketing* pada industri makanan dan minuman bernama @valbrownies yang sukses dengan melakukan pemasaran secara digital melalui *social media*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan teknik wawancara secara langsung kepada pemilik usaha @valbrownies guna mendapatkan data penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efektivitas strategi pemasaran digital melalui *social media* instagram yang dilakukan oleh @valbrownies melalui *online customer review* yang dibangun dikaji dari 6 dimensi yaitu *usefulness of online customer review*, *reviewer expertise*, *timeliness of online customer review*, *volume of online customer review*, *valence of online customer review*, dan *comprehensiveness of online customer review*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis @valbrownies telah secara efektif menerapkan kelima dimensi *online customer review* sebagai strategi pemasaran digital menggunakan *social media* Instagram.

**Kata Kunci** : Pemasaran digital, *Online review*, Instagram

**ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY THROUGH  
ONLINE CUSTOMER REVIEW IN INSTAGRAM @VALBROWNIES**

**AMALIA INDAHSARI HARO**

---

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze strategy of digital marketing in food and beverage industry called @valbrownies which has been successfully by doing digital marketing using social media. This research uses descriptive analysis method with direct interview to the owner of @valbrownies in order to get the data. This research explains the effectiveness of digital marketing strategy of @valbrownies using instagram through online customer review which explained from 6 dimensions such as usefulness of online customer review, reviewer expertise, timeliness of online customer review, volume of online customer review, valence of online customer review, and comprehensiveness of online customer review. The finding shows that @valbrownies has successfully applied 5 dimension of online customer review as best digital marketing strategy via instagram*

**Keywords** : *Digital Marketing, Online Review, Instagram*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2. Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1. Konsep Yang Relevan.....	9
2.1.1. SocialMedia.....	9
2.1.2. Kelebihan dan Karakteristik <i>Social media</i> .....	11
2.1.3. <i>Social Media</i> Marketing.....	13
2.1.4. Karakteristik <i>Social media</i> untuk Promosi.....	17
2.1.5. Instagram.....	18
2.1.6. Fitur-fitur di Instagram.....	20
2.1.7. <i>Online</i> Customer Review.....	21
2.1.8. Aspek-Aspek Pada <i>Online</i> Review .....	24
2.2. Penelitian Sebelumnya.....	27
2.3. Model Kerangka Pemikiran .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	31
3.1. Desain dan Pendekatan .....	31
3.2. Objek dan Subjek Penelitian .....	32
3.3. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	32

3.4. Teknik Analisis Data.....	34
3.5. Triangulasi Data .....	35
3.6. Operasionalisasi Konsep .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	38
4.1.1. Profil @valbrownies .....	38
4.2. Penyajian Data .....	44
4.3. Pembahasan dan Diskusi.....	44
4.3.1. Usefulness of <i>Online</i> customer Review .....	45
4.3.2. Reviewer Expertise .....	47
4.3.3. Timeliness of <i>Online</i> Customer Review .....	49
4.3.4. Volume of <i>Online</i> Customer Review .....	51
4.3.5. Valence of <i>Online</i> Customer Review.....	52
4.3.6. Comprehensiveness of <i>Online</i> Customer Review .....	53
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>55</b>
5.1. Simpulan .....	55
5.2. Kendala dan Keterbatasan.....	57
5.3. Saran dan Implikasi.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN TRANSKIP WAWANCARA.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna <i>Social media</i> di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Instagram @valbrownies.....	4
Gambar 2.1 Grafik Platform <i>Social media</i> yang Paling Aktif Digunakan di Indonesia (2023).....	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Logo Usaha @valbrownies.....	38
Gambar 4.2 Varian Produk Brownies @valbrownies.....	39
Gambar 4.3 Beberapa Unggahan Konten Instagram.....	43
Gambar 4.4. Testimoni dari konsumen @valbrownies.....	46
Gambar 4.5 <i>Reviewer Expertise Content Creator</i> .....	48

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan <i>Online</i> Marketing dan Offline Marketing .....	14
Tabel 2. 2 Matriks Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	36
Tabel 4. 1 Daftar Harga Produk @valbrownies.....	40