

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @bgskin.banjarbaru  
(Pada Produk Beauty Glow Skin Banjarbaru)**

**TUGAS AKHIR**



**Gusti Nadia Azalia Safitrie  
1201003093**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

Nama : Gusti Nadia Azalia Safitrie

NIM : 1201003093

Tanda Tangan : 

Tanggal : 22 Agustus 2024

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

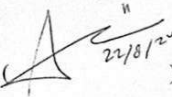
Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Gusti Nadia Azalia Safitrie  
NIM : 1201003093  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial  
Instagram @bgskin.banjarbaru (Pada Produk Beauty Glow  
Skincare Banjarbaru)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

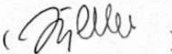
Pembimbing : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.

(  )

Pembahas 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si.

(  )

Pembahas 2 : Ajenk Ningga Citra, M. Si.

(  )

Ditetapkan di Jakarta

22 Agustus 2024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan lahir, batin dan kesempatan yang luar biasa kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @bgskin.banjarbaru (Pada Produk Beauty Glow Skin Banjarbaru)”** dengan baik. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka pemenuhan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa sangat sulit menyelesaikan mulai dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1) Orang Tua

Terima kasih kepada ayah dan mami telah memberikan dukungan, baik mental dan finansial serta pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan kepada penulis selama menyelesaikan tugas akhir. Terlebih kepada ayah yang telah membiayai kuliah sepenuhnya dan memberi dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Tanpa doa restu serta pengorbanan mereka yang tak terhitung jumlahnya mungkin lembaran skripsi ini tidak akan selesai.

2) Ibu Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.,

Terima kasih Miss Afel yang telah berperan sebagai pembimbing saya dengan penuh kesabaran, ketelitian, serta keikhlasan dalam memberikan arahan, bimbingan, dan koreksi yang sangat berharga. Terima kasih karena selalu memberikan tanggapan, masukan, solusi, serta mengingatkan akan tugas akhir penulis, sehingga penulis bisa dapat menjalani kendala dalam penulisan. Terima kasih banyak sudah mau meluangkan banyak waktu untuk memberikan masukan kepada penulis terkait

penelitian tugas akhir ini serta kebaikan, kesabaran dalam membimbing penulis sampai tugas akhir ini selesai.

3) Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si

Terima kasih kepada Miss Dian selaku pembahas pada seminar proposal dan sebagai penguji sidang akhir yang telah memberikan banyak kritik dan saran, juga bantuan untuk penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

4) Ajenk Ningga Citra, M. Si.

Terima kasih kepada Miss Ajenk selaku pembahas sidang akhir yang telah memberikan banyak kritik dan saran, juga bantuan untuk penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

5) Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2020

Seluruh teman-teman program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang selalu mendukung, memberikan dorongan dan semangat selama saya menyusun tugas akhir ini

6) Rezha Fahlopi

Terima kasih selalu siap sedia membantu, memberikan dorongan motivasi dan selalu sabar mendengarkan keluh kesah saya dalam menempuh pendidikan dan mengerjakan tugas akhir ini. Terima kasih atas cinta, dukungan, serta pengertian yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

7) Ni Putu Purmayanti dan Hani Santoso

Terimakasih memberikan dukungan, semangat, serta bantuan baik dalam bentuk materi maupun non-materi, yang sangat berarti dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Keberadaan mereka tidak hanya sebagai teman, tetapi juga sebagai saudara yang selalu siap membantu dan memberikan semangat di saat-saat yang paling dibutuhkan.

8) Terakhir, saya ingin berterima kasih untuk diri saya yang paling berharga Gusti Nadia Azalia Safitrie yang sudah memberikan yang terbaik dan telah berhasil melalui proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini. Saya merasa bangga dan bersyukur atas segala usaha dan kerja keras yang telah saya curahkan selama ini, yang akhirnya dapat membuahkan hasil yang memuaskan.

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, 22 Agustus 2024



Gusti Nadia Azalia Safitrie

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

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

Nama : Gusti Nadia Azalia Safitrie  
NIM : 1201003093  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir:

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

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @bgskin.banjarbaru (Pada Produk Beauty Glow Skin Banjarbaru**

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 : 22 Agustus 2024

Yang menyatakan



Gusti Nadia Azalia Safitrie

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @bgskin.banjarbaru  
(Pada Produk Beauty Glow Skin Banjarbaru)**

Gusti Nadia Azalia Safitrie

---

**ABSTRAK**

Kemajuan teknologi komunikasi telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk pemasaran produk skincare sehingga telah membuka peluang pasar yang besar bagi produk skincare di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital Beauty Glow Skincare Banjarbaru di Instagram untuk memahami bagaimana platform ini dapat meningkatkan penjualan produk kecantikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan dan teknik wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh @bgskin.banjarbaru belum membentuk komunitas online karena brand yang masih baru, ketiadaan komunitas online memberikan dampak negatif terhadap penguatan loyalitas pelanggan. Namun, pengelompokkan pelanggan sebagai "hot customer" telah berhasil menciptakan basis pelanggan setia yang mendukung pemasaran dari mulut ke mulut dan kemitraan reseller. Interaksi di Instagram melalui fitur notifikasi, live streaming, dan stories sangat efektif dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan, sementara aksesibilitas dan biaya promosi di Instagram sangat mendukung efisiensi pemasaran. Selain itu, sharing of content telah memperluas jangkauan dan relevansi konten, sedangkan kredibilitas brand dibangun melalui komunikasi yang jelas, testimoni positif, dan respons terhadap kritik, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** *Skincare, Beauty Glow Skincare Banjarbaru, Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram*



**DIGITAL MARKETING COMMUNICATION  
STRATEGY ON INSTAGRAM @bgskin.banjarbaru  
(For Beauty Glow Skin Banjarbaru Products)**

Gusti Nadia Azalia Safitrie

---

**ABSTRACT**

*Advancements in communication technology have transformed various aspects of life, including skincare marketing, creating significant market opportunities for skincare products in Indonesia. This study aims to analyze the digital marketing strategy of Beauty Glow Skincare Banjarbaru on Instagram to understand how this platform can enhance product sales. The research employs a qualitative approach with data collection techniques including interviews, observations, and documentation. The findings reveal that @bgskin.banjarbaru digital marketing strategy has not yet established an online community due to the brand's recent emergence, which negatively impacts customer loyalty enhancement. However, the segmentation of customers as "hot customers" has successfully created a loyal customer base that supports word-of-mouth marketing and reseller partnerships. Interaction on Instagram through features like notifications, live streaming, and stories is highly effective in increasing customer engagement, while Instagram's accessibility and low promotion costs greatly support marketing efficiency. Additionally, content sharing has broadened the reach and relevance of content, and brand credibility is built through clear communication, positive testimonials, and responsive handling of criticism, thereby enhancing customer trust and loyalty.*

***Keywords: Skincare, Beauty Glow Skincare Banjarbaru, Marketing Communication Strategy, Instagram***

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Konsep yang Diteliti.....	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.2 Media Sosial.....	20
2.2.3 Instagram.....	22
2.2.4 <i>Social Media Marketing</i> .....	24
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Objek dan Subjek .....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	30

3.3.1	Data Primer .....	31
3.3.2	Data Sekunder .....	32
3.4	Analisis Data .....	33
3.5	Triangulasi Data .....	36
3.6	Operasionalisasi Konsep .....	37
3.7	Keterbatasan Penelitian .....	40
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1	Gambaran Konteks Penelitian .....	41
4.1.1	Profile Beauty Glow Skincare Banjarbaru .....	41
4.2	Penyajian Data .....	41
4.2.1	Hasil <i>Open Coding</i> .....	42
4.2.2	<i>Selective Coding</i> .....	81
4.2.3	Hasil Observasi .....	92
4.3	Pembahasan dan Diskusi .....	95
4.3.1	Implementasi dimensi <i>online communities</i> .....	95
4.3.2	Implementasi dimensi <i>interaction</i> di Instagram .....	100
4.3.3	Implementasi dimensi <i>sharing of content</i> di Instagram .....	104
4.3.4	Implementasi dimensi <i>accessibility</i> di Instagram .....	107
4.3.5	Implementasi dimensi <i>credibility</i> di Instagram .....	111
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>126</b>
5.1	Simpulan .....	126
5.2	Kendala dan Keterbatasan .....	127
5.3	Saran dan Implikasi .....	127
5.3.1	Saran Akademis .....	127
5.3.2	Saran Praktis .....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>130</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 3. 1 Subjek penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3. 2 Operasional Konsep .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4. 1 Tabel Reduksi dan Pengkodean Awal Untuk Informan 1.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4. 2 Tabel Reduksi dan Pengkodean Awal Untuk Informan 2.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 3 Tabel Reduksi dan Pengkodean Awal Untuk Informan 3.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 4 Tabel Reduksi dan Pengkodean Awal Untuk Informan 4.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4. 5 Tabel Reduksi dan Pengkodean Awal Untuk Informan 5.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4. 6 Tabel Reduksi dan Pengkodean Awal Untuk Informan 6.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4. 7 Tabel Interpretasi dan Pengorganisasian Data .....</b>	<b>81</b>
<b>Tabel 4. 8 Hasil observasi terhadap kondisi usaha beauty Glow Skincare Banjarbaru .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil observasi terhadap strategi sosial media marketing beauty Glow Skincare Banjarbaru di Instagram .....</b>	<b>93</b>

**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 1. 1** Pendapatan skincare di Indonesia ..... 1

**Gambar 1. 2** Konten Instagram @bgskin.banjarbaru ..... 4

**Gambar 1. 3** Konten Instagram @bgskin.banjarbaru ..... 5

**Gambar 1. 4** Konten Instagram @bgskin.banjarbaru ..... 6

**Gambar 1. 5** Beranda Akun Instagram @bgskin.banjarbaru ..... 6

**Gambar 1. 6** Konten Akun Instagram @bgskin.id ..... 7

**Gambar 1. 7** Instagram Event Berbagi @bgskin\_berbagi ..... 8

**Gambar 2. 1** Model Kerangka pemikiran ..... 26

**Gambar 4. 1** Bukti konsumen yang beli terus menerus ..... 97

**Gambar 4. 2** Bukti Mitra Beauty Glow Skincare ..... 99

**Gambar 4. 3** Bukti notifikasi Instagram cepat ..... 101

**Gambar 4. 4** Bukti Share Pengalaman pribadi dan konten informasi ..... 102

**Gambar 4. 5** Interaksi di story dan kolom komentar ..... 103

**Gambar 4. 6** Bukti penggunaan fitur Instagram dan Hashtag ..... 105

**Gambar 4. 7** Bukti anggaran ads Instagram ..... 109

**Gambar 4. 8** Bukti konten visual dan interaktif ..... 112

**Gambar 4. 9** Bukti Komunikasi owner ..... 114

**Gambar 4. 10** Bukti testimoni ..... 116

**Gambar 4. 11** Bukti konten promo dan testimoni ..... 118

**Gambar 4. 12** Bukti konten ..... 119

**Gambar 4. 13** Bukti gift dari Beauty Glow Skincare Banjarbaru ..... 120

**Gambar 4. 14** Bukti BPOM ..... 121

**Gambar 4. 15** Bukti highlight ..... 123