

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
INSTAGRAM @Madiunngemil SEBAGAI MEDIA
PROMOSI UMKM MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Kharisma Asmara Kunsena

NBI. 1152000246

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024 .**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
INSTAGRAM @Madiunngemil SEBAGAI MEDIA
PROMOSI UMKM MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu KomunikaSI



Oleh:

Kharisma Asmara Kunsena

NBI. 1152000246

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024 .**

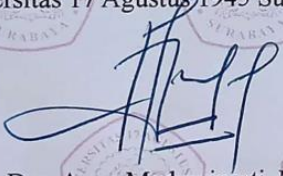
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kharisma Asmara Kunsena
NBI : 1152000246
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram
@Madiunnngemil Sebagai Media Promosi UMKM
Madiun

Surabaya, 8 Juli 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103


Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom
NPP. 20150130616

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 8 Juli 2024:

Dewan Penguji

1. **Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom**

Ketua

2. **Dewi Sri Andika
Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom**

Anggota

3. **Fransisca Benedicta Avira Citra
Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom**

Anggota

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Kharisma Asmara Kunsena
NBI : 1152000246
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram
@Madiunngemil Sebagai Media Promosi Umkm
Madiun

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagaian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang- undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 08 Juli 2024

Yang membuat Pernyataan


3A065ALX269273902
(Kharisma Asmara Kunsena)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL.SEMOLOWARU 45
SURABAYA TLP.08
EMAIL PERPUS UNTAG
SBY.AC.ID

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kharisma Asmara Kunsena
NBI : 1152000246
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

**“Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram @Madiunngemil
Sebagai Media Promosi Umkm Madiun”**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 08 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Kharisma Asmara Kunsena)

ABSTRAK

Saat ini masyarakat banyak yang mempunyai usaha kecil dan menengah memiliki penghasilan yang sangat tidak signifikan, hal ini membuat pedagang mengalami penurunan pendapatan hingga adanya penutupan permanen untuk usahanya. . Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram @madiunngemil Sebagai Media Promosi Umkm Madiun. Sasaran utama dalam penelitian ini adalah strategi instagram madiun ngemil. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran melalui Instagram Madiun Ngemil sebagai Media Promosi UMKM Madiun. Konten yang terkandung dalam Instagram @madiunngemil memiliki andil yang cukup penting untuk media promosi para pelaku usaha karena di dasarkan pada konten yang di buat selalu menarik dan interaktif UMKM. Dengan banyaknya pengikut Instagram @madiunngemil dapat digunakan semaksimal mungkin untuk mempromosikan suatu produk dengan cukup luas. Hasil penelitian ini berhasil terpenuhi bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui Instagram @madiunngemil sebagai media promosi UMKM Madiun sudah cukup efektif dalam pelaksanaannya hal ini untuk menciptakan ekosisten yang saling menguntungkan bagi UMKM yang melakukan kerjasama dalam segi promosi melalui media sosial Instagram

Kata Kunci : Instagram, promosi, strategi komunikasi pemasaran, Madiunngemil

ABSTRACT

Currently, many people who have small and medium businesses have very insignificant incomes, this causes traders to experience a decrease in income, leading to permanent closure of their businesses. . What is the marketing communication strategy via Instagram @madiunngemil as a promotional media for Madiun UMKM. The main target in this research is the Madiun snacking Instagram strategy. This research uses a descriptive qualitative approach. Based on the results of research on marketing communication strategies via Madiun Ngemil Instagram as a promotional media for Madiun UMKM. The content contained in Instagram @madiunngemil has quite an important role in promotional media for business actors because it is based on content that is always interesting and interactive for UMKM. With so many Instagram followers @madiunngemil can be used as much as possible to promote a product quite widely. The results of this research have been successfully fulfilled that the marketing communication strategy via Instagram @madiunngemil as a promotional media for Madiun UMKM has been quite effective in its implementation to create a mutually beneficial ecosystem for MSMEs that collaborate in terms of promotion via Instagram social media.

Keywords: Instagram, promotion, marketing communication strategy, Madiunngemil

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa untuk setiap berkat, rahmat dan kekuatan yang dilimpahkan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Mamil Sebagai Media Promosi Umkm Madiun”**. Skripsi ini menjadi salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh penulis dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Terselesaikannya Skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan ilmu, masukan, serta dukungan yang besar kepada peneliti. Maka, pada kesempatan ini peneliti ingin mengungkapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih saya kepada:

1. Keluarga saya tercinta yaitu kepada kedua orang tua saya Bapak Kun Isjumianto dan Ibu Ana Bangun Niestri yang selalu memberikan doa dan restu kepada saya. Serta kepada kakak tercinta saya Shanaza Asmara Kunanta Sari yang selalu memberikan doa, semangat dan membantu sehingga bisa terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hamim, Dipl., S.Sos., M.I.Kom dan Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom yang dengan sabar telah bersedia meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan banyak masukan dan arahan kepada peneliti sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan banyak bantuan kepada peneliti selama masa perkuliahan.
5. Terimakasih khusus diberikan kepada Madiun Ngemil dan semua pihak yang telah bersedia peneliti wawancara selama proses penelitian ini berlangsung.
6. Rista Nuriyana, Dea Putri dan Tasya Aulia selaku sahabat peneliti yang selalu memberikan dukungan, membantu dan saling bertukar ide disaat peneliti terkendala dalam pengerjaan skripsi.
7. Kepada sahabat seperjuangan saya Dwi Riska, Farhana, Fanny, dan Ifa yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta selalu mendengar keluh kesah peneliti selama menyusun skripsi.
8. Teman satu kelas serta teman seperjuangan angkatan yang sudah berjuang bersama-sama dalam menempuh pendidikan dibangku perkuliahan sejak tahun 2020 berlangsung.
9. Serta orang-orang baik yang sudah memberikan dukungan moral sehingga peneliti selalu semangat untuk menyelesaikan skripsi, maaf tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kebaikan kalian semua diberi balasan oleh Allah SWT.

10. Berterima kasih kepada *Ghina Kamal Imtinan, dan Nathanael Christian Priyambodo selaku teman kerja yang sudah memberi dukungan, membantu selama peneliti mengerjakan skripsi*
11. Berterima kasih kepada Anis Kurliawati Wahyuni, Hayyinun Ardhianita Prawisuda, dan Maharani Eka Putri, selaku pihak yang bersedia untuk meluangkan waktu guna wawancara selama proses penelitian berlangsung.
12. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me all time.*

Tentunya peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti menerima kritik dan saran yang diberikan kepada peneliti untuk dapat mengembangkan pengetahuan dan penelitian ini menjadi lebih baik. Besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat menjadi acuan dan memiliki manfaat bagi peneliti-penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Masalah.....	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Konseptual.....	22
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2 Bauran Promosi	22
2.2.3 Instagram.....	29
2.2.4 UMKM.....	30
2.2.5 MADIUN NGEMIL	31
2.2.6 Media Promosi	32
2.3 Kerangka Berfikir.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Pendekatan Penelitian.....	37
3.2 Jenis Penelitian	37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	37
3.3.1 Objek penelitian	38
3.3.2 Subjek penelitian	38
3.4 Metode pengumpulan data.....	38
3.4.1 Jenis data	38
3.4.2 Teknik Pengumpulan data	38
3.4.3 Kriteria Informan.....	39
3.5 Teknik Analisis Data	40
3.6 Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	43

4.1.1 Profil Objek Penelitian	43
4.1.2 Deskripsi Subjek penelitian	46
4.2. Hasil Dan Pembahasan	46
4.3.1 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	47
4.3.2 Strategi Pemasaran Promosion Mix / Bauran Promosi.....	48
BAB V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Rekomendasi	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	15
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Kendala terbesar dalam UMKM	1
Gambar 1. 2	Jumlah Instagram ditahun 2019	3
Gambar 2. 1	Bauran Promosi.....	23
Gambar 2. 2	Kerangka Berfikir	34
Gambar 4. 1	Instagram Madiun Ngemil	43
Gambar 4. 2	Unggahan Foto Kuliner.....	44
Gambar 4. 3	Unggahan Vidio Iklan Promosi Produk UMKM	45
Gambar 4. 4	unggahan vidio menggunakan fitur Instagram story	46
Gambar 4. 5	Iklan melalui Media sosial Foto di profil Instagram	49
Gambar 4. 6	Iklan melalui Media sosial dengan fitur Reel.....	50
Gambar 4. 7	Promosi penjualan pada Instagram @madiunngemil.....	51
Gambar 4. 8	Event yang di datangi oleh Madiun Ngemil	52
Gambar 4. 9	pemasaran langsung dengan DM Instagram	53
Gambar 4. 10	Pemasaran langsung dengan hubungi Link yang ada di Bio Instagram	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	60
Lampiran 2 Transkrip I wawancara	61
Lampiran 3 Transkrip II wawancara	64
Lampiran 4 Dokumentasi	67
Lampiran 5 Lembar Revisi... ..	68
Lampiran 6 Kertas Bimbingan... ..	71
Lampiran 7 Hasil Turnitin	73