

**PENERAPAN STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING*
MELALUI *PLATFORM INSTAGRAM* UNTUK PENINGKATAN
PROMOSI
(Studi Pada Usaha Young Coffee)**

**RAHMAN FIRDAUS
NIM: 180461201038**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

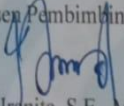
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
2023**

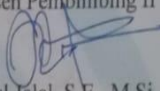
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Rahman Firdaus
Nim : 180461201038
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Penerapan Strategi Social Media Melalui Platform Instagram Untuk Peningkatan Promosi (Studi Usaha Young Coffee)






Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Hj. Iranita, S.E., M.Si.
NIP. 197008272021212003

Dosen Pembimbing II

Abdul Jalal, S.E., M.Si
NIP. 198508222019031012

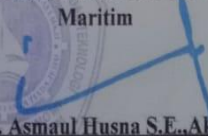
Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si</u> NIP. 199012132018032001	Ketua Penguji		7/8-23
<u>Hj. Iranita, S.E., M.Si.</u> NIP. 197008272021212003	Penguji I		4/8 2023
<u>Mirza Ayunda Pratiwi, S.E., M.Sc</u> NIP. 199009292022032011	Penguji II		4/8 -2023
<u>Abdul Jalal, S.E., M.Si</u> NIP. 198508222019031012	Penguji III		7/8 23
<u>Indra Firdiyansyah, S.E., M.Si</u> NIP. 198902122022031006	Penguji IV		4/8-23

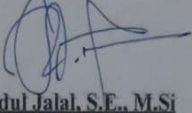
Tanggal Lulus: 31 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Maritim


Dr. Hi. Asmaul Husna S.E., Ak., MM. CA
NIDN. 1001077101

Ketua Program Studi Manajemen


Abdul Jalal, S.E., M.Si
NIP. 198508222019031012

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Rahman Firdaus

Nim : 180461201038

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Maritim

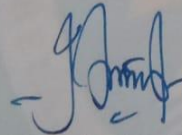
Judul Skripsi : Penerepan Strategi *Social Media Marketing* Melalui Platfrom
Instagram Untuk Peningkatan Promosi (Studi Kasus Pada
Usaha Young Coffee).

Disetujui untuk digunakan dalam melaksanakan Sidang Skripsi.

Tanjungpinang, 05 Juli 2023

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Hj. Iranita, S.E., M.Si.
NIP.197008272021212003

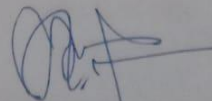
Dosen Pembimbing II



Abdul Jalal, S.E., M.Si.
NIDN. 1022088504

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdul Jalal, S.E., M.Si.
NIDN. 1022088504

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 10 Agustus 2023
Yang Membuat Pernyataan,



Rahman Firdaus
NIM. 180461201038

ABSTRAK

Rahman Firdaus, 2023: Penerapan Strategi *Social Media Marketing* Melalui *Platfrom Instagram* Untuk Peningkatan Promosi (Studi Pada Usaha Young Coffee)

Dosen Pembimbing : Hj. Iranita, S.E.,M.Si. dan Abdul Jalal, S.E., M.Si.

Pada era industri 4.0 para pelaku usaha harus mampu memaksimalkan pemanfaatan teknologi Digital.. Dengan memanfaatkan media sosial dapat menjadi salah satu alternatif strategis untuk memudahkan para pelaku bisnis dalam meningkatkan promosi. Dalam promosi hal utama adalah membuat pesan persuasif yang efektif agar menarik perhatian pelanggan. *Social media instagram* saat ini mempunyai peluang besar bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnis dengan melakukan promosi produknya. Namun penggunaannya belum banyak disadari oleh para pelaku bisnis. Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran melalui *social media marketing* di *instagram* yang dilakukan oleh pelaku usaha Young Coffee dalam mempromosikan usahanya. 2) Untuk mengetahui dampak dari penerapan strategi *social media marketing* di *instagram* yang dilakukan oleh pelaku usaha Young Coffee. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan pengamatan langsung di lapangan sehingga dilihat dari sudut pandang jenisnya, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi *social media marketing* melalui *instagram* yang dilakukan oleh Young Coffee berupa membuat profil *instagram* yang menarik, membuat konten yang berkualitas, mengidentifikasi target audients, menggunakan hashtag, berinteraksi dengan pelanggan. Dampak dari penerapan *social media marketing* melalui *instagram* yaitu meningkatnya pendapatan dan menambahnya jumlah pelanggan Young Coffee.

Kata kunci: *Social Media Marketing* dan Peningkatan Promosi di *Instgram*

ABSTRACT

Rahman Firdaus, 2023: *Implementation of Social Media Marketing Strategy Through the Instagram Platform to Increase Promotion (Study on Young Coffee Business)*

Supervisor : Hj. Iranita, S.E.,M.Sc. and Abdul Jalal, S.E., M.Si.

In the industrial era 4.0, business people must be able to maximize the use of digital technology. Using social media can be a strategic alternative to make it easier for business people to increase promotions. In promotion the main thing is to create an effective persuasive message to attract the attention of customers. Instagram social media currently has a great opportunity for business people to develop their business by promoting their products. But its use has not been realized by many business people. This study aims 1) To find out the marketing strategy through social media marketing on Instagram carried out by Young Coffee business actors in promoting their business. 2) To find out the impact of implementing a social media marketing strategy on Instagram carried out by Young Coffee business actors. In this study using a qualitative descriptive method. Data collection was carried out by observation, interviews and direct observation in the field so that from the point of view of its type, the data used are primary data and secondary data. The results of this study show the social media marketing strategy through Instagram carried out by Young Coffee in the form of creating attractive Instagram profiles, creating quality content, identifying target audiences, using hashtags, interacting with customers. The impact of implementing social media marketing through Instagram is increasing revenue and increasing the number of Young Coffee customers.

Keywords: Social Media Marketing and Increased Promotion on Instagram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Penerapan Strategi Social Media Marketing Melalui Platfrom Instagram Untuk Peningkatan Promosi (Studi Pada Usaha Young Coffee)”**. Shalawat dan salam untuk baginda Rasulullah SAW tercinta: *Allahumma sholli a-laa Muhammad wa a-laa aa-li Muhammad. Allahumma yassir wala tu'assir, rabbi tammim bilkhoir* (ya Allah permudahkanlah jangan dipersulitkan dan akhirlkanlah dengan kebaikan), petikan kalimat yang luar biasa ini telah memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini juga sebagai sarana pengingat diri bahwa Allah lah yang memberikan pertolongan atas apa yang sedang penulis upayakan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan dorongan moril maupun bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka, sudah sepantasnyalah apabila dalam kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus dan sedalam-dalamnya kepada:

1. Kedua Orangtua penulis yaitu Ibu Encik Rohana, dan Bapak Kasrun.

Tidak pernah lupa pula Paman dan bibi yaitu Encik Yanti dan M. Abdul Latif, yang selalu memberikan segala apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan serta selalu memberikan nasihat baik untuk setiap perjalanan

yang ditempuh oleh Penulis. Serta tak lupa pula, Kamariah, Hasnawati, Karniati, Rahim dan Sadat selaku Kakak Kandung dan adik penulis.

2. Ibu Hj. Iranita, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Satu dan Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah banyak sekali memberikan pembelajaran, masukan dan saran kepada penulis dalam merampungi tugas akhir ini.
3. Bapak Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji beserta jajaran kampus yang telah mendukung penulis ketika menempuh studi di kampus.
4. Ibu Dr. Hj. Asmaul Husna, SE .Ak., MM.,CA selaku Dekan, Ibu Hj. Iranita, SE., M.Si selaku Wakil Dekan I beserta jajaran staff yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
5. Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Bunga Paramita., SE., M. Si selaku sekretaris Jurusan Manajemen beserta seluruh Dosen Manajemen yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji atas ilmu yang sudah diberikan.
6. Bapak Farid Khairuddin selaku Pemilik Usaha Young Coffee yang beralamat di Jl. Basuki Rahmat, samping kejaksaan Kota Tanjungpinang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk belajar di lokasi penelitian.
7. Teman penulis yaitu Freday Tabarudin, Ferry dan Firman serta *member MoonDoor* (Tomy Suryadi, Mersi Andliyani, Anida Aprilia, Nova Harianti

Lubis dan Sofianti) yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Seluruh dosen dan staf prodi manajemen yang telah memberikan semangat dan selalu membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh pihak. Saudara, dan teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu baik itu kakak tingkat maupun adik tingkat di UMRAH dan teman-teman kampus lain. *Most thank you for unconditinally support.*
10. Dan yang terakhir saya ucapkan terima kasih pada diri sendiri yang sudah berjuang sejauh ini dalam menyelesaikan skripsi hingga selsai.

Doa yang baik akan kembali ke tuannya. Semoga kalian selalu diberkahi dan dipermudahkan dalam segala urusan dunia dan akhirat. *Thank you for always being nice to me, see you on top lurd.* Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk diri penulis terutama, bermanfaat untuk orang lain dan pihak-pihak yang membutuhkan. Penulis selalu menerima kritik dan saran demi kesempurnaan selanjutnya.

Tanjungpinang, 10 Agustus 2023



Rahman Firdaus

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	I
PERNYATAAN ORISINALITAS	II
ABSTRAK	III
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	Viii
DAFTAR GAMBAR	Xi
DAFTAR TABEL	Xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Pembatasan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 <i>Social Media Marketing</i>	10
2.1.2 Promosi.....	12
2.1.3 Indikator Promosi	15

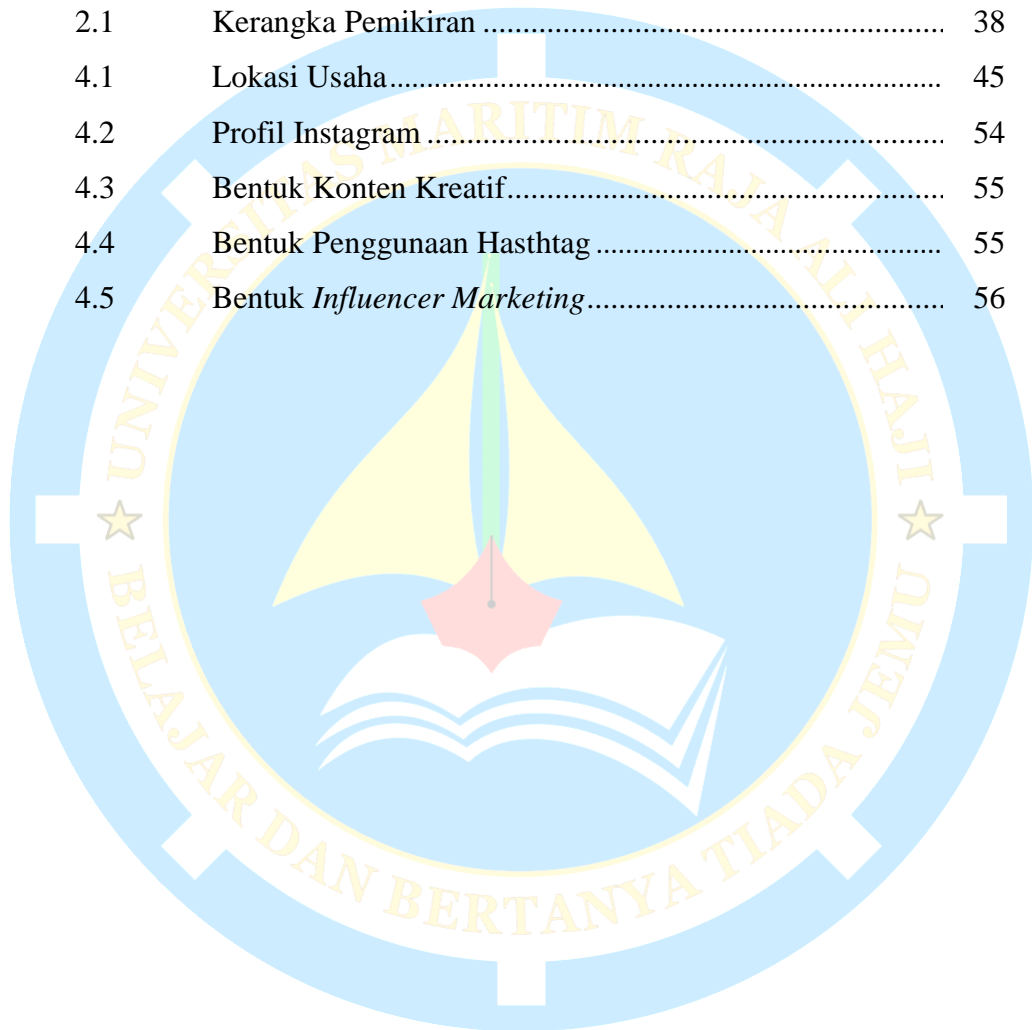
2.1.4 Instagram	30
2.1.5 Fitur-fitur Instagram	31
2.1.6 Review Penelitian Terdahulu	33
2.1.7 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Objek Ruang dan Ruang Lingkup Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Teknik Analisis Data	42
3.5 Rencana Pengujian Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Umum.....	45
4.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	49
4.3 Pemahaman dan pengetahuan Responden terhadap <i>Social Media Marketing</i>	50
4.4 Bentuk <i>Social Media Marketing</i> yang dilakukan	51
4.5 Strategi <i>Social Media Marketing</i> Melalui Instagram	56
4.6 Dampak Pemanfaatan <i>Social Media Marketing</i>	59
4.7 Analisis Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	66

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Uraian	Halaman
1.1	Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2021	3
1.2	Pengguna Instagram di Indonesia.....	4
1.3	Akun Instagram Young Coffee.....	4
2.1	Kerangka Pemikiran	38
4.1	Lokasi Usaha.....	45
4.2	Profil Instagram	54
4.3	Bentuk Konten Kreatif.....	55
4.4	Bentuk Penggunaan Hashtag	55
4.5	Bentuk <i>Influencer Marketing</i>	56



DAFTAR TABEL

No Tabel	Uraian	Halaman
2.1	Review Penelitian Terdahulu.....	32
4.1	Data Pengunjung.....	60

