

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INTALU.CO DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN DI INSTAGRAM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Masrofah Aprilia

1810414120013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INTALU.CO DALAM MENARIK MINAT
PELANGGAN DI INSTAGRAM

A. Nama Mahasiswa : Masrofah Aprilia


NIM : 1810414120013

B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai (A...), 80,04... dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada (tgl sidang).

C. Tim Penguji:


a. Ketua

Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si
NIP. 197610052008121002


(.....)

b. Sekretaris

Noviana Sari, S.IP., MA
NIP. 198511072015042001

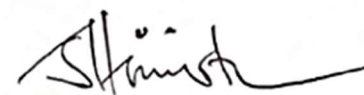

(.....)

c. Anggota


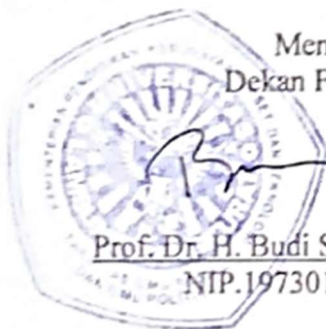
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh., S.Pd., MA
NIP. 199202182019032020


(.....)

Banjarmasin, 21 Juni 2023
Ketua Pembimbing


Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si
NIP. 197610052008121002

Mengetahui
Dekan FISIP ULM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001

SURAT PERNYATAAN

Nama : Masrofah Aprilia
Tempat, Tanggal Lahir : Buntok, 10 April 2000
NIM : 1810414120013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jalan Kihajar Dewantara No.55 RT.001, Hilir Seper,
Kec. Dusun Selatan, Kalimantan Tengah

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INTALU.CO DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN DI INSTAGRAM”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Yang mana skripsi ini merupakan hasil penelitian peneliti bukan merupakan hasil plagiasi. Apabila dikemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti akan bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya, sesuai hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 20 Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



Masrofah Aprilia



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 3292/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Dr.Siswanto.,M.Si
2. Noviana Sari, S.IP.,M.A
3. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Masrofah Aprilia
NIM : 1810414120013
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Intalu.co dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Instagram

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Jum'at, 16 Juni 2023
J a m : 09.00 WITA - Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 12 Juni 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jum'at Enam Belas Juni Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3292/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 12 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Masrofah Aprilia
NIM : 1810414120013
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran intalu.co Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Instagram
Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 09.00 s/d selesai
Nilai : 80,04 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

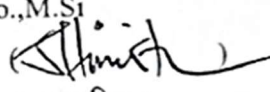
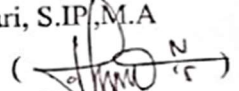
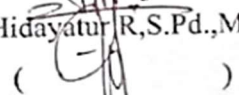
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 16 Juni 2023

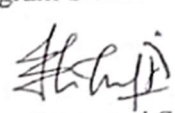
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Masrofah Aprilia

1. Ketua : Dr.Siswanto.,M.Si
()
2. Sekretaris : Noviana Sari, S.IP.,M.A
()
3. Anggota : Putri Ayu Hidayatur R,S.Pd.,MA
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti,S.IP.,M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Masrofah Aprilia
NIM : 1810414120013
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran intalu.co Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Intagram

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr.Siswanto.,M.Si	80	
2.	Noviana Sari, S.IP.,M.A	80	
3.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA	80	
Jumlah		240	
Nilai Rata-rata		80	Nilai Akhir = 80,04 (A)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 16 Juni 2023

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

ABSTRAK

Masrofah Aprilia. 1810414120013. 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Intalu.co Dalam Menarik Minat Pelanggan Di Instagram. Dibawah bimbingan Siswanto Rawali

Strategi Komunikasi Pemasaran di media sosial terutama Instagram sangat membantu untuk menarik minat pelanggan. Intalu.co menggunakan potensi tersebut untuk menarik perhatian pelanggan potensial dengan strategi yang terencana.

Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Intalu.co dalam Menarik Minat Pelanggan di Instagram. Metode Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Tipe Penelitian adalah deskriptif. Teknik Pengumpulan Data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Menggunakan Teori *Marketing Communication Mix*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa. Intalu.co menggunakan strategi komunikasi yang efektif, dengan segmentasi pasar yang luas dan fokus pada anak muda. Mereka menggunakan berbagai metode promosi, konten yang relevan dengan target pasar, serta mendukung kegiatan anak muda di Banjarmasin. Intalu memanfaatkan platform-platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta *endorsement* dari selebgram untuk mencapai *audiens* mereka. Intalu.co juga menekankan pada konten yang kekinian dan identitas lokal Banjarmasin dalam iklan-iklan mereka. Intalu.co menggunakan kombinasi strategi promosi *soft selling* dan *hard selling* di Instagram. Mereka memiliki berbagai macam konten dengan talent, jenis, dan tema yang berbeda-beda untuk menarik perhatian pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Menarik minat pelanggan, Instagram.

ABSTRACT

Masrofah Aprilia. 1810414120013. 2023. Marketing Communication Strategy of Intalu.Co in Maintaining Customer Loyalty on Instagram. Under the guidance of Siswanto Rawali.

Marketing Communication strategies on social media, particularly on Instagram, are highly beneficial in capturing customer interest. Intalu.co utilizes this potential to attract the attention of potential customers through well-planned strategies.

The aim of this research is to determine the Marketing Communication Strategy of Intalu.co in maintaining customer loyalty on Instagram. The research method used a qualitative approach. The research type is descriptive. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation. The research utilized the Marketing Communication Mix theory.

The results of the research indicate that Intalu.co employs effective communication strategies, with a broad market segmentation and a focus on young people. They utilize various promotional methods, relevant content targeting their market, and support youth activities in Banjarmasin. Intalu leverages social media platforms such as Instagram and Facebook, as well as endorsements from influencers, to reach their audience. Intalu.co also emphasizes contemporary content and the local identity of Banjarmasin in their advertisements. On Instagram, Intalu.co employs a combination of soft-selling and hard-selling promotional strategies. They have a variety of content featuring different talents, types, and themes to capture customer attention.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Attracting customers interest, Instagram.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin saya haturkan kepada Allah SWT, Allahumma Sholli Ala Sayyidina Muhammad.

Pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Intalu.co dalam Menarik Minat Pelanggan di Instagram”.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih banyak kekurangan, baik dari segi penulisan maupun dari substansinya. Tetapi penulis sangat berharap skripsi ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain untuk mengembangkan penelitiannya. Penulis juga menyadari, bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, maka skripsi ini akan sulit diselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat:

1. Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang sangat baik dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

5. Noviana Sari., S.IP., MA selaku Dosen Penguji I yang telah menguji dan memberikan koreksi dan masukan guna memperbaiki kekurangan dan skripsi penulis.
6. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh., S.Pd., MA selaku Dosen Penguji II yang telah menguji dan memberikan koreksi dan masukan guna memperbaiki kekurangan dan skripsi penulis.
7. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang banyak berguna bagi saya selama masa perkuliahan.
8. Staff Prodi Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan khususnya dimasa penelitian ini.
9. Seluruh keluarga atas segala doa dan motivasi serta selalu memberikan dukungan secara moril maupun materil sampai penulis mencapai titik ini.
10. Seluruh sahabat dan teman-teman penulis yang telah bersedia membuka wadah diskusi dan memberi dukungan dalam pengerjaan skripsi.
11. Seluruh teman-teman satu angkatan Ilmu Komunikasi 2018 yang selalu berkenan berbagi informasi dalam masa perkuliahan maupun penyelesaian proposal skripsi ini.
12. Serta seluruh pihak yang telah mendukung penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Skripsi ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, apabila terdapat kesalahan/kekhilafan dalam bentuk kata, bahasa penyampaian, dan teknik penulisan, dengan sangat rendah hati penulis mengharapakan agar para pembaca

memberi masukan berupa saran yang bertujuan membangun kesempurnaan skripsi ini. Terima kasih.

Banjarmasin, Mei 2023

Masrofah Aprilia

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT TUGAS	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	vi
NILAI RATA-RATA UJIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Teoritis	12
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Sejenis.....	14
2.2. Tinjauan Konseptual.....	20
2.2.1. Komunikasi	20
2.2.2. Strategi Komunikasi.....	23
2.2.3. Komunikasi Pemasaran.....	25
2.2.4. Komunikasi Massa	30
2.2.5. New Media	33
2.2.6. Media Sosial.....	35
2.2.7. Instagram.....	39

2.2.8. Loyalitas Pelanggan	42
2.3. Tinjauan Teori.....	45
2.3.1. Teori <i>Marketing Communication Mix</i>	45
2.4. Kerangka Pemikiran.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1. Pendekatan Penelitian.....	55
3.2. Tipe Penelitian	55
3.3. Objek Penelitian	56
3.4. Informan Penelitian	56
3.5. Jenis dan Sumber Data	58
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.7. Teknik Analisis Data	62
3.8. Triangulasi Data	63
3.9. Lokasi Penelitian	65
BAB IV	66
HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.1. PT ABC Tama Production	66
4.1.2. Visi dan Misi	67
4.1.3. Produk Intalu.....	68
4.2. Hasil Penelitian	70
4.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Intalu.co dalam Menarik Minat pelanggan.....	70
4.2.2. Implementasi Teori <i>Marketing Communication Mix</i> pada Intalu.co 74	74
4.3. Pembahasan	93
4.3.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Intalu.co dalam menarik minat pelanggan.....	93
4.3.2. Implementasi Teori <i>Marketing Communication Mix</i> pada Intalu.co 95	95
BAB V.....	106
PENUTUP.....	106
5.1. Kesimpulan	106

5.2. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN I PEDOMAN WAWANCARA	117
LAMPIRAN II TRANSKRIP WAWANCARA.....	118
LAMPIRAN III DOKUMENTASI	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022.....	3
Gambar 1.2 Profil Instagram Intalu.co.....	5
Gambar 1.3 Jangkauan Instagram Warung Intalu April-Agustus 2022.....	6
Gambar 1.4 Grafik Jangkauan Instagram Warung Intalu April-Agustus 2022.....	6
Gambar 1.5 Postingan pemberitahuan Pamit.....	7
Gambar 1.6 Postingan pemberitahuan berganti nama menjadi Banua Space.....	7
Gambar 1.7 Postingan pemberitahuan berganti nama menjadi Intalu.co.....	8
Gambar 1.8 Konten-konten Intalu.co.....	11
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	64
Gambar 3. 1 Triangulasi Sumber.....	73
Gambar 3. 2 Triangulasi Metode.....	74
Gambar 4. 1 Logo PT ABC Tama Production.....	75
Gambar 4. 2 Logo Brand Intalu.....	76
Gambar 4. 3 Katalog Produk Intalu.....	77
Gambar 4. 4 Katalog Produk Intalu.....	77
Gambar 4. 5 Katalog Produk Intalu.....	78
Gambar 4. 6 Katalog Produk Intalu.....	78
Gambar 4. 7 Media Promosi Intalu.co.....	81
Gambar 4. 8 Promosi Penjualan Intalu.co.....	85
Gambar 4. 8 Sajian Promosi Penjualan Intalu.co.....	86
Gambar 4. 9 Sponsorship oleh Intalu.co.....	89

Gambar 4. 10 Event-event yang diikuti oleh Intalu.co.....	90
Gambar 4. 11 Relasi dan Collaborasi oleh Intalu.co.....	93
Gambar 4. 12 Publisitas Intalu.co.....	94
Gambar 4. 13 Konten Interaktif Intalu.co.....	98
Gambar 4. 14 Konten Testimoni Intalu.co.....	100
Gambar 4. 15 Personal selling Intalu.co.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sejenis.....	18
------------------------------------	----