

SKRIPSI

**PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
KHADEEJA HOME SOLUTION MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @khadeeja_homesolution**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :
Indah Sari Fitriyyah
1810414620020

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANJARMASIN
2025**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS 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 Kamis Delapan Belas Desember Dua Ribu Dua Puluh Lima, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 7202/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 16 Desember 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Indah Sari Fitriyyah
NIM : 1810414620020
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Penerapan Integrated Marketing Communication Khadeeja Home Solution Melalui Media Sosial Instagram @khadeeja_homesolution

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 15.00 s/d selesai
Nilai : 71,93 (A-)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

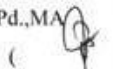
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 18 Desember 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Indah Sari Fitriyyah

1. Ketua : Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom
()
2. Sekretaris : Noviana Sari, S.IP, M.A
()
3. Anggota : Putri Ayu Hidayat
Rafiqoh, S.Pd., MA
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan

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 Brigjend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email: fm@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
KHADEEJA HOME SOLUTION MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @khadeeja_homesolution**

- A. Nama Mahasiswa : Indah Sari Fitriyyah
NIM : 1810414620020
- B. Dinyatakan lulus dengan nilai 77.93 (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi
Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Lambung Mangkurat pada Tanggal : 19 Desember 2025
- C. Tim Penguji :
- a. Ketua
Astinana Yulianti S.S., M.I.Kom (.....)
NIP. 198907302019032018
 - b. Sekretaris
Noviana Sari, S.IP., M.A (.....)
NIP. 198511072015042001
 - Anggota
Putri Ayu Hidayaturrafiqoh, S.Pd., M.A (.....)
NIP. 199202182019032020

Banjarmasin, 19 Desember 2025

Ketua Tim Penguji

Astinana Yulianti S.S., M.I.Kom
NIP. 198907302019032018



Mengetahui,

Dekan FISIP ULM

Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001

ABSTRAK

Indah Sari Fitriyyah, 1810414620020, Penerapan *Integrated Marketing Communication* Khadeeja Home Solution Melalui Media Sosial Instagram @khadeeja_homesolution dibimbing oleh Astinana Yuliarti.

Dunia bisnis saat ini menghadapi persaingan yang semakin sengit. Untuk membangun dan memasarkan suatu produk, kunci utamanya terletak pada komunikasi efektif. Sebagaimana Khadeeja Home Solution menggunakan *Integrated Marketing Communication* (IMC) untuk memasarkan penjualan di media online khususnya di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan *integrated marketing communication* khadeeja home solution melalui media sosial instagram @khadeeja_homesolution.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini yaitu manager marketing, tim marketing, admin Instagram dan customer. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi dan di analisis menggunakan analisis secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) pada Instagram @khadeeja_homesolution, dapat disimpulkan bahwa Khadeeja Home Solution telah menjalankan strategi komunikasi pemasaran yang relatif terintegrasi dan efektif, khususnya dalam hal pemasaran langsung (*direct marketing*) via live streaming, promosi penjualan (*sales promotion*) yang terstruktur dan beragam, serta aktivitas *public relations* yang berfokus pada pembangunan komunitas dan citra positif. Namun, integrasi tersebut belum sepenuhnya optimal, terutama pada aspek *personal selling* yang masih terpisah dari platform Instagram, serta penggunaan iklan (*advertising*) berbayar yang belum strategis dan berbasis data secara konsisten. Secara keseluruhan, kekuatan utama Khadeeja terletak pada *internet marketing* yang menggunakan konten digital yang kreatif, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, yang berhasil membangun engagement dan mendorong minat beli.

Kata Kunci : *Integrated Marketing Communication, Media Sosial, Instagram.*

ABSTRACT

Indah Sari Fitriyyah, 1810414620020, Implementation of Integrated Marketing Communication for Khadeeja Home Solution through Instagram Social Media @khadeeja_homesolution, supervised by Astinana Yuliarti.

Today's business world faces increasingly fierce competition. Effective communication is key to building and marketing a product. Khadeeja Home Solution uses Integrated Marketing Communication (IMC) to promote sales online, particularly on Instagram.

This study aims to determine how Khadeeja Home Solution implements integrated marketing communication through Instagram social media @khadeeja_homesolution.

This research method uses qualitative research with a descriptive qualitative approach. Informants in this study were the marketing manager, marketing team, Instagram admin, and customers. Data collection techniques used observation, interviews, and documentation, and were analyzed using descriptive qualitative analysis.

The results of the study indicate that the implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) on Instagram @khadeeja_homesolution, it can be concluded that Khadeeja Home Solution has implemented a relatively integrated and effective marketing communication strategy, especially in terms of direct marketing via live streaming, structured and diverse sales promotions, and public relations activities that focus on community building and positive image. However, this integration is not yet fully optimal, especially in the personal selling aspect which is still separate from the Instagram platform, as well as the use of paid advertising which is not yet strategic and consistently data-based. Overall, Khadeeja's main strength lies in internet marketing that uses creative, interactive, and customer-oriented digital content, which has succeeded in building engagement and encouraging purchasing interest.

Keywords: Integrated Marketing Communication, Social Media, Instagram.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberi kemudahan dalam menuntut ilmu dan memberikan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan hasil penelitian ini menjadi sebuah skripsi yang berjudul “Penerapan Integrated Marketing Communication Khadeeja Home Solution Melalui Media Sosial Instagram @khadeeja_homesolution”.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, para sahabat serta seluruh pengikutnya yang senantiasa menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Penulis menyadari bahwa selama masa perkuliahan, penelitian, penyusunan, penulisan sampai masa penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik dari keluarga, sahabat, teman, dan berbagai pihak lainnya yang telah banyak berjasa bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
3. Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat.

5. Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas bantuan, keikhlasan, kesediaan, dan kesabaran dalam memberikan bimbingan, dukungan, pengetahuan, motivasi, masukan, kritik dan saran yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
6. Noviana Sari, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Penguji 1 yang telah bersedia menguji dan memberikan koreksi serta masukan guna memperbaiki kekurangan agar penulisan skripsi penulis dapat menjadi lebih baik.
7. Putri Ayu Hidayaturrafiqoh, S.Pd., M.A. selaku Dosen Penguji 2 yang telah bersedia menguji dan memberikan koreksi serta masukan guna memperbaiki kekurangan agar penulisan skripsi penulis dapat menjadi lebih baik.
8. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi FISIP ULM yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Ayah dan ibu yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi untuk saya hingga saat ini. Terimakasih banyak masih bisa kebersamaan segala proses perkuliahan saya sampai akhir. Mohon maaf jika prosesnya tidak secepat anak yang lain.
10. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2018 terkhusus kelas Reguler B yang selalu membantu dalam berbagai hal, memberi warna, hiburan, dan cerita di kehidupan penulis.
11. Semua pihak yang mendukung dan tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu namun telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Dengan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar lebih baik di masa mendatang. Besar harapan penulis agar penelitian ini bisa memberikan manfaat keilmuan yang berarti dalam bidang Ilmu Komunikasi, terima kasih.

Banjarmasin, 15 Desember 2025

Indah Sari Fitriyyah

DAFTAR ISI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Sejenis	8
2.2 Tinjauan Konseptual.....	12
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	12
2.2.1.1 Pengertian <i>Integrated Marketing Communication</i> .	12
2.2.1.2 Karakteristik <i>Integrated Marketing Communication</i>	15
2.2.1.3 Konsep Dasar <i>Integrated Marketing Communication</i>	15
2.2.1.4 Tujuan <i>Integrated Marketing Communication</i>	19
2.2.1.5 Strategi <i>Interactive Marketing Communication</i>	19
2.3 Tinjauan Teori.....	27
2.3.1 Teori New Media	27
2.4 Kerangka Berpikir	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan Penelitian	32

3.2 Tipe Penelitian.....	33
3.3 Objek Penelitian	33
3.4 Informan Penelitian	34
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6.1 Observasi atau Pengamatan	38
3.6.2 Wawancara.....	40
3.6.3 Dokumentasi	42
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.8 Triangulasi Data	47
3.9 Lokasi, Waktu dan Jadwal Penelitian	48
3.9.1 Lokasi Penelitian	48
3.9.2 Waktu dan Jadwal Penelitian	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	50
4.2 Hasil Penelitian	51
4.3 Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

Bagan	Halaman
1. Kerangka Berpikir	31
2. Metode Triangulasi.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Sejenis	10
2. Jadwal Penelitian.....	49