



STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA AKUN INSTAGRAM

@demabuku

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
bidang Ilmu Komunikasi

Oleh:

Fikih Alfareza

(41182037190005)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA

UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI

2024 M/1445 H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang sudah saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 24 Desember 2024



Fikih Alfareza
41182037190005

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi *Social Media Marketing* Pada Akun
Instagram @demabuku
Nama : Fikih Alfareza
NPM : 41182037190005
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 24 Desember 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Winda Primasari S. Hum, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2012.016.

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi



Kartini Rosmalah Dewi Katili, M.I.Kom
NRP. 45.1.22.08.2011.025.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

“Strategi *Social Media Marketing* Pada Akun Instagram @demabuku”

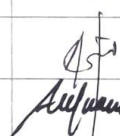
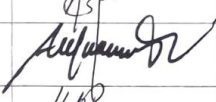
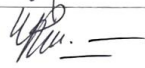
Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Rabu
 Tanggal : 08 Januari 2025
 Waktu : 11.00 WIB

Oleh

Nama: : Fikih Alfareza
 NPM : 41182037190005
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Keterangan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Siti Khadijah, M.Si	
Penguji I	Saepudin, M.Soc.Sc	
Penguji II	Kartini Rosmalah DK, M.I.Kom	

Bekasi, 22 Januari 2025

Mengesahkan,
 Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Mengetahui,
 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Nurvadi, M. Hum
 NRP. 45.1.01.04.2010.0012



Winda Primasari, S.Hum, M.Si
 NRP. 45.1.01.02.2012.016.

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu
Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra,
dan Bahasa
2024

Fikih Alfareza/41182037190005

“Strategi *Social Media Marketing* Pada Akun Instagram @demabuku ”

Di bawah bimbingan Kartini Rosmalah Dewi Katili

108 halaman skripsi, 12 halaman angka romawi, 26 daftar gambar, 6 lampiran

Platform media sosial Instagram yang awalnya digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain, seiring dengan perkembangan-nya *platform* tersebut dapat menjadi sarana baru bagi para pelaku usaha untuk memasarkan dan mengenalkan suatu produk yang akan mereka jual seperti hal-nya yang dilakukan oleh toko buku Dema Buku pada akun Instagram @demabuku. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *social media marketing* yang diterapkan toko buku Dema buku pada akun Instagram @demabuku. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori *social media marketing* As’ad dan Alhadid dengan lima indikator yakni, *Online Communities*, *Interaction*, *Sharing of Content*, *Accessibility*, dan *Credibility*. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan melibatkan akun Instagram @demabuku sebagai objek penelitian-nya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari kelima indikator *social media marketing* Asa’ad dan Alhadid, empat diantaranya yakni, *Interaction*, *Sharing of Content*, *Accessibility*, dan *Credibility* sudah cukup efektif diterapkan oleh akun Instagram @demabuku. Sementara pada Indikator *Online Communities*, akun Instagram @demabuku masih belum memiliki suatu komunitas online dikarenakan sudah terdapat banyak komunitas online yang ada dan akun Instagram @demabuku dapat berjalan berdampingan bersama mereka. Kedepan-nya, peneliti berharap adanya pengembangan pada penelitian ini baik dari segi topik penelitian maupun metode penelitian.

Kata kunci: *Instagram*, *Media Sosial*, *Social Media Marketing*, *Toko Buku*.

ABSTRACT

Universitas Islam 45 Bekasi
*Study of Communication
 Science*
*Faculty of Communications,
 Literature and Language*
 2024

Fikih Alfareza/41182037190005

“Strategi Social Media Marketing Pada Akun Instagram @demabuku ”

Under the guidance Kartini Rosmalah Dewi Katili

*108 pages of thesis, 12 pages of roman numerals, 26 lists of pictures, 6
 appendices*

The Instagram social media platform which was initially used by the public to interact and communicate with each other, along with the development of the platform can be a new means for business actors to market and introduce a product that they will sell like what the Dema Buku bookstore does on the Instagram account @demabuku. This study aims to find out the social media marketing strategy applied by Dema Buku bookstore on @demabuku Instagram account. The theory used in this study is the social media marketing theory of As'ad and Alhadid with five indicators, namely, Online Communities, Interaction, Sharing of Content, Accessibility, and Credibility. The method used in this study is a qualitative descriptive method involving @demabuku Instagram account as the object of the research. The results of this study show that of the five social media marketing indicators of Asa'ad and Alhadid, four of them, namely, Interaction, Sharing of Content, Accessibility, and Credibility have been quite effectively implemented by @demabuku Instagram accounts. Meanwhile, in the Online Communities Indicator, @demabuku Instagram account still does not have an online community because there are already many online communities and Instagram accounts @demabuku can walk side by side with them. In the future, the researcher hopes that there will be development in this research both in terms of research topics and research methods.

Keywords: Bookstore, Instagram, Social Media, Social Media Marketing.

PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-nya yang melimpah sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik. Adapun judul penelitian skripsi ini yaitu “Strategi *Social Media Marketing* Pada Akun Instagram @demabuku.”

Penyusunan penelitian skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam bidang Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra Dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi. Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti tentu saja tidak sendirian. Banyak pihak yang membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Bantuan tersebut baik berupa dukungan moral maupun dukungan materiil. Tidak lupa juga dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Islam “45” Bekasi dan Fakultas Komunikasi, Sastra Dan Bahasa, sebagai tempat peneliti dalam mencari ilmu dan mengembangkan kemampuan dalam bidang Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, Dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Winda Primasari, S.Hum., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Kartini Rosmalah DK, M.I.kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing peneliti hingga menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi, yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa-masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang tiada henti-hentinya selalu memberikan do’a, semangat, dan dukungan kepada peneliti.
7. Kepada Bapak Muhammad Jamaludin selaku Owner toko buku Dema Buku dan sekaligus menjadi *key informan* pada penelitian ini yang telah memberikan izin peneliti untuk meneliti di tempat-nya.
8. Kepada Mas Safar Nurhan selaku Informan penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu-nya untuk diwawancarai oleh peneliti.
9. Kepada diri saya sendiri (peneliti) yang telah berjuang sejauh ini dan dapat bertahan di masa-masa sulit yang telah dijalani.
10. Dan semua pihak yang tidak peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan proposal penelitian ini. Tanpa sedikitpun mengurangi rasa hormat peneliti.

Dengan demikian, peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak luput dari kesalahan maupun kekurangan. Oleh sebab itu, peneliti secara terbuka menerima masukan berupa saran dan kritik yang membangun dari para pembaca dengan tujuan agar hasil penelitian skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bisa menjadi referensi bagi para pembaca. Hanya itu yang

dapat peneliti sampaikan, kurang lebih nya mohon maaf dan peneliti akhiri,
wassalamualaikum warrahmatullahi wabarakatuh, terima kasih.

Bekasi, 24 Desember 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fikih', with a long horizontal stroke extending to the right.

Fikih Alfareza

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	12
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Teori.....	18
2.4 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Unit Analisis.....	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4 Definisi Konseptual	45
3.5 Teknik Analisis Data	46
3.6 Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.3 Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91

5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Instagram Global Per April 2024	2
Gambar 1. 2 Grafik TGM Masyarakat Indonesia (2017-2023)	4
Gambar 1. 3 Tampilan Feed Instagram @demabuku	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4. 1 Gudang Dema Buku	51
Gambar 4. 2 Logo Dema Buku	53
Gambar 4. 3 Produk-produk Dema Buku	54
Gambar 4. 4 Pengikut (Followers) dan Mengikuti (Following)	55
Gambar 4. 5 Feeds Instagram @demabuku	56
Gambar 4. 6 Story Highlight Instagram @demabuku.....	57
Gambar 4. 7 Tampilan Instagram Stories @demabuku	58
Gambar 4. 8 Contoh Tag Instagram @demabuku	59
Gambar 4. 9 Contoh Hashtag Instagram @demabuku.....	60
Gambar 4. 10 Contoh Tanda suka (Like) Instagram @demabuku	61
Gambar 4. 11 Tampilan kolom komentar Instagram @demabuku.....	62
Gambar 4. 12 Unggahan Instagram Reels.....	63
Gambar 4. 13 Contoh Testimoni Customer Instagram @demabuku	66
Gambar 4. 14 Contoh Interaksi pada kolom komentar Instagram @demabuku...	67
Gambar 4. 15 Unggahan Kutipan Buku	69
Gambar 4. 16 Buku-buku yang baru datang	70
Gambar 4. 17 Unggahan buku-buku yang akan terbit	71
Gambar 4. 18 Unggahan Isu-isu perbukuan terkini	73
Gambar 4. 19 Tampilan link tautan pada Bio Instagram @demabuku.....	75
Gambar 4. 20 Unggahan pada feed Instagram @demabuku.....	77
Gambar 4. 21 Insight akun yang dijangkau	82
Gambar 4. 22 Insight akun yang berinteraksi	84
Gambar 4. 23 Insight jumlah pengikut.....	86
Gambar 4. 24 Insight Lokasi Populer	87
Gambar 4. 25 Insight Rentang usia	88
Gambar 4. 26 Insight Gender	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian	97
Lampiran 2 Dokumentasi bersama <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	98
Lampiran 3 Wawancara ke-1 bersama <i>Key Informan</i>	99
Lampiran 4 Wawancara ke-2 bersama <i>Key Informan</i>	102
Lampiran 5 Wawancara bersama Informan	105
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiasi.....	108