

**INOVASI KARYA @BEAUTY\_BOUQUET.ID SEBAGAI  
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM**

**Muhammad Fajri Ade Pratama Nasution**

**NIM 161910023**

**SKRIPSI**

**Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu Komuniaksi Universitas Bina Darma**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BINA DARMA**

**2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipertahankan pada ujian skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma.

Nama : **Muhammad Fajri Ade Pratama Nasution**

Nim : 161910023

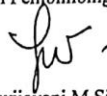
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Inovasi karya *@Beauty\_bouquet.id* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram

Menyetujui

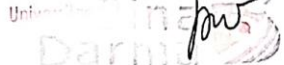
Dosen Pembimbing



(Prof.Hj.Isnawijayani,M.Si.,Ph.D.)

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



**Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D.**

**Halaman Pengesahan Ujian Skripsi**

**Inovasi Karya @Beauty\_bouquet.id Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran  
Melalui Media Sosial Instagram**

**Disusun Oleh:**

**Muhammad Fajri Ade pratama Nasution**

Telah dipertahankan di hadapan panitia pengujian skripsi pada program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma pada 2020 guna memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi strata satu dengan sebutan S.I.Kom dan hasil telah memenuhi syarat dan dinyatakan lulus.

**Panitia Penguji Skripsi**

Ketua : Prof. Hj. Isna Wijayani, M.Si, Ph.D. (.....)  
Penguji 1 : Dr. Ir. Hj Ratu Mutialela Caropeboka.M.S (.....)  
Penguji 2 : Dwi Maharani, M.I.Kom (.....)

Tanggal Sidang :

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Bina Darma  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
(Dr. Desy Misnawati S.Sos.,M.I.Kom.)

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Fajri Ade Pratama Nasution

Nim : 161910023

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau perguruan negeri tinggi lain.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dan mencantumkan nama pengarang dan dimasukkan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan ini dicek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggahke internet sehingga dapat diakses secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang, September 2020

Yang membuat pernyataan



Muhammad Fajri Ade Pratama Nst

## **PERSEMBAHAN**

- ❖ KEPADA ALLAH SWT
- ❖ ORANG TUA YANG TIADA HENTI MEMBERI SUPPORT SELAMA INI
- ❖ KELUARGA BESARKU
- ❖ HAMBА ALLAH YANG SELALU DALAM DOAKU
- ❖ AZHARI RAMADHAN, EDO ARNANDO, CHANDRA WIJAYA DAN FENITA AMELIA
- ❖ TEMAN-TEMAN ANGKATAN 2016 YANG KUSAYANGI

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul inovasi karya *@Beauty\_bouquet.id* sebagai komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram. Penelitian ini membahas tentang inovasi karya *@Beauty\_bouquet.id* sebagai strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram. Inovasi merupakan kemampuan individu dalam rangka meningkatkan prestasi dalam bekerja. Orang yang berjiwa kreatif akan selalu meningkatkan kemampuan dirinya dan selalu berpikir untuk lebih baik, sehingga memiliki kesadaran kualitas kerja yang tinggi. Tujuan yang ingin dilihat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui inovasi buket terbaru *@Beauty\_bouquet.id* sebagai strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram. Teori yang digunakan Teori Integrated marketing dan elemen internet marketing. Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif Deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian bahwa inovasi karya buket yang dilakukan oleh *@Beauty\_bouquet.id* omestnya meningkat dengan dengan dilakukan inovasi karya sebagai strategi komunikasi pemasaran.

**Kata kunci :** Inovasi, Komunikasi Pemasaran, Instagram.

## **ABSTRACT**

*This research is entitled innovation work @ Beauty\_bouquet.id as a marketing communication via Instagram social media. This research discusses the innovation of the work of @ Beauty\_bouquet.id as a marketing communication strategy through Instagram social media. Innovation is an individual's ability to improve work performance. People with creative spirits will always improve their abilities and always think for the better, so they have a high awareness of work quality. The aim of this research is to find out the latest innovation of the @ Beauty\_bouquet.id bouquet as a marketing communication strategy through Instagram social media. The theory used is the theory of integrated marketing and elements of internet marketing. This research is a descriptive qualitative research with a case study approach. Data collection was carried out by means of observation, interviews, and documentation. Based on the results of the research, the innovation of bouquet works carried out by @Beauty\_ bouquet.id has increased with innovation in work as a marketing communication strategy.*

**Keywords:** *Innovation, Marketing Communication, Instagram.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan, sehingga penulis dapat memenuhi syarat mengajukan Skripsi Program Strata Satu (S1) dengan judul **“ Inovasi Karya @Beauty\_bouquet.id Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram ”**. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata I Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Darma Palembang.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada orang tua, Ayah Miswan Nasution dan Ibu Yunita Ningsih yang selalu menjaga, mendoakan, memberi nasehat, semangat serta dukungan moral dan materi. Sungguh tiada kata yang bisa menggambarkan betapa berharganya kedua orang tua bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Sunda Ariana, M.Pd, M.M selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Isna Wijayani, Ph.D selaku Dekan fakultas ilmu komunikasi Universitas Bina Darma Palembang sekaligus sebagai dosen pembimbing.
3. Dr. Desy Misnawati, S.Sos.,M.I.Kom selaku Kaprodi ilmu komunikasi.
4. Ibu Dr.Ir.Hj.Ratu Mutialela Caropeboka.M.S dan Ibu Dwi Maharani, M.I.KOM selaku dosen penguji.



5. Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada Penulis.  
Terima kasih untuk semangat, nasehat, motivasi dan arahnya selama proses belajar mengajar.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga proposal penelitian untuk memenuhi syarat mengajukan skripsi program strata satu (S1) ini akan membawa manfaat bagi kita semua.

Palembang, September 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMANAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMANAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.5.2 Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Kerangka Konseptual .....	6
2.1.1 Pengertian Media Sosial .....	6
2.1.2 Pengertian Instagram .....	6
2.1.3 Sejarah Instagram .....	7
2.1.4 Fitur-Fitur Instagram .....	8
2.1.5 E-Commerce.....	11

2.1.6 Peranan Media Sosial Dalam Pengembangan Bisnis .....	11
2.1.7 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.8 Konsep Komunikasi Pemasran.....	13
2.1.9 Inovasi.....	14
2.2 Kerangka Teoritis.....	15
2.2.1 Teori Integrated Marketing Communication .....	16
2.2.2 Teori Elemen Internet Marketing .....	18
2.3 Kajian Literantur.....	19
2.3.1 Kajian Literatur Penelitian Terdahulu .....	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	22
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Metode Penelitian .....	24
3.2 Objek Dan Subjek Penelitian.....	24
3.2.1 Objek Penelitian .....	24
3.2.2 Subjek Penelitian .....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.3.1 Wawancara.....	25
3.3.2 Observasi .....	26
3.3.3 Dokumentasi.....	27
3.4 Sumber Data .....	27
3.5 Analisis Data.....	28
3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	29
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	29

3.6.2 Jadwal Penelitian .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	31
4.1.1 Gambaran Umum @Beauty_bouquet.id.....	31
4.1.2 Inovasi Buket @Beauty_bouquet.id.....	34
4.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran @beauty_bouquet.id.....	39
4.1.4 Data Penjualan @Beauty_bouquet.id .....	41
4.1.5 Profil Informan .....	43
4.1.6 Deskripsi Hasil Wawancara .....	44
4.2 Pembahasan Penelitian .....	49
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>
5.1 Simpulan.....	54
5.2 Saran.....	54
5.2.1 Saran Teoritis .....	54
5.2.2 Saran Praktis.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Profil Informan.....	26
Tabel 3.6.2 Jadwal Penelitian .....	30
Tabel 4.1.2 Daftar Nama Inovasi Karya @Beauty_bouquet.id.....	36
Tabel 4.1.4 Data Penjualan @Beauty_bouquet.id.....	42
Tabel 4.1.5 Profil Informan.....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Kerangka Pemikir .....	23
Gambar 3.5 Miles Dan Huberman.....	29
Gambar 4.1.1.3 Logo @Beauty_bouquet.id.....	34
Gambar 4.1 Buket Uang.....	35
Gambar 4.2 Buket Snack.....	36
Gambar 4.3 Buket Hijab .....	37
Gambar 4.4 Buket Boneka .....	37
Gambar 4.5 Buket Balon.....	38
Gambar 4.6 Buket Makeup .....	39