

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PRODUK GALLERY
SRIWIJAYA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



THESIS

Nama : Siti Mayumi Irawan
Nim : 232910002
Nama pembimbing : Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI – S2
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2025

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PRODUK GALLERY
SRIWIJAYA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar**

MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : Siti Mayumi Irawan
Nim : 232910002
Nama pembimbing : Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI – S2
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2025**

Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

Judul Tesis: **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PRODUK GALLERY SRIWIJAYA DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM**

Oleh SITI MAYUMI IRAWAN, NIM 232910002, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi – S2 konsentrasi ILMU KOMUNIKASI, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 27 Agustus 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 27 Agustus 2025

Mengetahui,

Program Studi Ilmu Komunikasi – S2

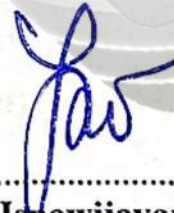
Universitas Bina Darma

Ketua,



.....
Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom.

Pembimbing,



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

Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis: **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PRODUK GALLERY SRIWIJAYA DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM**

Oleh SITI MAYUMI IRAWAN, NIM 232910002 Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi – S2 konsentrasi ILMU KOMUNIKASI, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 27 Agustus 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 27 Agustus 2025

Mengetahui,

Program Pascasarjana
Universitas Bina Darma

Direktur,



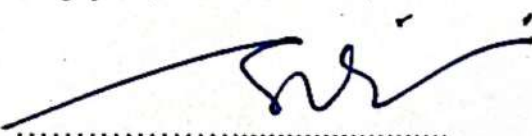
Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc.

Penguji I,



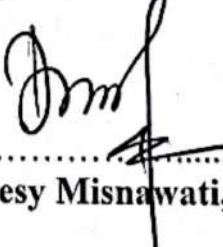
Prof. Isnawijayani M.Si, Ph.D

Penguji II,



Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom

Penguji III,



Dr. Desy Misnawati, M.Ikom

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SITI MAYUMI IRAWAN

NIM : 232910002

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Saya (Tesis, Skripsi, Tugas Akhir) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (Magister, Sarjana, dan Ahli Madya) di Universitas Bina Darma;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka;
4. Karena yakin dengan keaslian karya tulis ini, Saya menyatakan bersedia Tesis/Skripsi/Tugas Akhir, yang Saya hasilkan di unggah ke internet;
5. Surat Pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 27 Agustus 2025
Yang Membuat Pernyataan,



SITI MAYUMI IRAWAN
NIM: 232910002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Gallery Sriwijaya dalam memasarkan produk lokal khas Palembang melalui media sosial Instagram. Latar belakang penelitian ini berangkat dari meningkatnya persaingan bisnis fashion lokal dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif di era digital. Permasalahan penelitian difokuskan pada bagaimana Gallery Sriwijaya melakukan promosi produk lokal, penerapan strategi pemasaran berbasis marketing mix 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence), serta efektivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan. Analisis data dilakukan secara deduktif dengan memadukan teori komunikasi pemasaran dan pemasaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gallery Sriwijaya memanfaatkan Instagram sebagai media utama dalam mempromosikan produk, dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti feed, story, reels, dan live streaming. Strategi bauran pemasaran 7P diterapkan secara konsisten untuk menarik minat konsumen, di antaranya melalui variasi produk lokal khas Palembang, harga kompetitif, promosi kreatif, pelayanan ramah, proses transaksi yang mudah, serta bukti fisik berupa kualitas produk dan tampilan toko. Efektivitas komunikasi pemasaran terlihat dari meningkatnya jumlah pengikut akun @gallery_sriwijaya serta peningkatan penjualan produk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram terbukti menjadi media komunikasi pemasaran yang efektif bagi Gallery Sriwijaya dalam meningkatkan brand awareness, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong loyalitas konsumen.

Kata Kunci: strategi komunikasi pemasaran, Instagram, marketing mix 7P, Gallery Sriwijaya, media sosial.

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing communication strategy implemented by Gallery Sriwijaya in promoting local Palembang fashion products through Instagram. The background of this research arises from the increasing competition in the local fashion industry and the growing use of social media as an effective promotional tool in the digital era. The research focuses on how Gallery Sriwijaya promotes its local products, applies the marketing mix 7P strategy (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence), and evaluates the effectiveness of marketing communication through Instagram. This study employs a qualitative method with a descriptive approach. Primary data were collected through interviews, observation, and documentation, while secondary data were obtained from books, journals, and relevant previous studies. Data analysis was conducted deductively by combining marketing communication theories and digital marketing concepts. The findings reveal that Gallery Sriwijaya utilizes Instagram as the main platform for promoting its products by leveraging features such as feed, stories, reels, and live streaming. The marketing mix 7P strategy is consistently applied to attract customers, including diverse local Palembang products, competitive pricing, creative promotion, friendly service, simple transaction processes, and physical evidence in the form of product quality and store display. The effectiveness of marketing communication is reflected in the increasing number of followers on the @gallery_sriwijaya account and the growth in product sales. This study concludes that Instagram serves as an effective marketing communication medium for Gallery Sriwijaya to enhance brand awareness, expand market reach, and foster customer loyalty.

Keywords: marketing communication strategy, Instagram, marketing mix 7P, Gallery Sriwijaya, social media.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”. (QS. Al- Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan Thesis ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Ilmu Komunikasi. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya Thesis ini bisa selesai diwaktu yang tepat.

Thesis atau Tugas ini ku persembahkan kepada :

1. Kepada Diri Sendiri yang sudah berjuang mendapatkan Gelar yang diinginkan agar kelak menjadi orang sukses dan Kaya.
2. Kepada Orang tua saya yang tercinta Ibu Unarsih, SE.,M.Si. dan Ayah Bambang Irawan, S.E, yang selalu memberikan doa, kepercayaan dan kesabaran mereka untuk menunggu saya menyelesaikan S2.
3. Kepada Kakak ku tercinta Panji Raga, S.Hub, Int yang sudah menjadi support sistem dalam keuangan adiknya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarokatuh

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT serta Sholawat dan Salam saya junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, berkat rahmat dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Bina Darma Palembang. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih atas segala bantuan dan dukungan moril maupun materil yang dimana banyak pengalaman ilmu yang penulis dapatkan selama penulisan tugas akhir ini. Maka untuk itu, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Dosen Pembimbing Prof Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D terima kasih atas bimbingan, kritik dan arahnya.
2. Kepada Dosen Penguji Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom dan Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom yang memberikan dukungan dan arahan progresif kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan thesis ini.
3. Kepada Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma, atas ilmu dan motivasi yang diberikan selama proses perkuliahan.
4. Kepada rekan- rekan MIK 12 yang selalu suportif dan ambisius dalam proses belajar mengajar.
5. Dan, Terima kasih Kepada **GALLERY SRIWIJAYA** yang selalu jadi panutan dalam Fashion anak muda dalam menggunakan Kain Khas Palembang, Sumatera Selatan.
6. Terima kasih untuk Kampus Lama ku Universitas Islam Indonesia yang sudah menjadi titik awal perkuliahan sampai mendapatkan gelar S.I.Kom dan Terima kasih Buat Universitas Bina Darma yang menjadi titik kedua ku dalam mendapatkan gelar M.I.Kom.
7. Terima kasih kepada seluruh Teman-teman werewolf Yogyakarta dan Geng Pisang Kelakar yang memberi canda tawa untuk menghibur selama

menyelesaikan thesis ini.

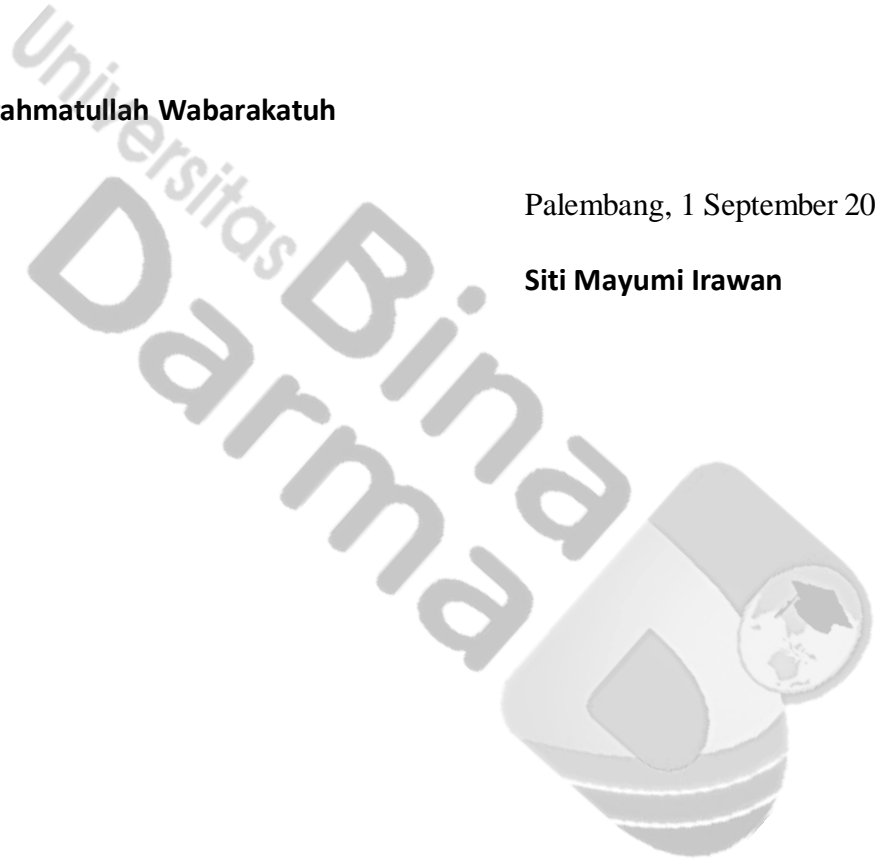
8. Terima kasih juga kepada teman-teman kantor yang menjadi support keluh kesah selama ini.

Demikian ungkapan terima kasih penulis, semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis secara pribadi dan ilmu Pengetahuan pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Palembang, 1 September 2025

Siti Mayumi Irawan



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

Daftar isi	i
Daftar Gambar	ii
Lampiran	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Permasalahan Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Masalah.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Tinjauan Pustaka.....	14
2.3 Sosial Media Marketing (SMM).....	14
2.3.1 Indikator Sosial Media Marketing (SMM).....	15
2.3.2 Jenis – Jenis Platform Sosial Media Marketing (SMM).....	18
2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	19
2.5 Komunikasi.....	22
2.6 Komunikasi Pemasaran.....	24
2.6.1 Tahapan Komunikasi pemasaran.....	24
2.6.2 Elemen Komunikasi Pemasaran.....	26
2.6.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	28
2.6.4 Model Komunikasi Pemasaran.....	31
2.6.5 Media Komunikasi Pemasaran.....	36
2.7 Pemasaran Digital.....	38
2.8 Media Sosial.....	39
2.8.1 Media Sosial dan Bisnis.....	39
2.8.2 Pemasaran Digital Melalui Sosial Media.....	40
2.8.3 Aktivitas & Sarana Pemasaran Media Sosial.....	41

2.8.4 Sifat-Sifat Media Sosial	41
2.8.5 Manfaat Pemasaran Media Sosial.....	43
2.9 Instagram	45
2.9.1 Fitur-Fitur Instagram	47
2.9.2 Instagram Reels	49
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	52
3.2 Lokasi/Tempat Penelitian	52
3.3 Data dan Sumber Data.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	54
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.7 Teknik Pengecekan Keabsahan Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1 Sejarah Gallery Sriwijaya	58
4.1.2 Profil Akun Instagram Gallery Sriwijaya	63
4.1.3 Struktur Organisasi Gallery Sriwijaya.....	63
4.2.4 Produk Gallery Sriwijaya.....	64
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	66
4.2.1 Social Media Marketing (SMM)	66
4.2.2 Strategi Komunikasi Yang Dilakukan Gallery Sriwijaya di Instagram menggunakan <i>Theory Mix Marketing</i>	71
4.3 Efektifitas Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Gallery Sriwijaya di Instagram.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 saran	98
BAB V DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi	31
Gambar 2.2 Manfaat Pemasaran Media Sosial.....	45
Gambar 4.1 Blongket Palembang	59
Gambar 4.2 Jumputan Palembang	59
Gambar 4.3 Kain Jupri	60
Gambar 4.4 Gambo Palembang.....	61
Gambar 4.5 Blongsong Palembang.....	62
Gambar 4.6 Tangkapan layar Instagram Gallery Sriwijaya	63
Gambar 4.7 Struktur Organisasi Gallery Sriwijaya	63
Gambar 4.8 Konten Video di Instagram Gallery Sriwijaya	67
Gambar 4.9 Kustomisasi Produk Gallery Sriwijaya	68
Gambar 4.10 Interaksi Komentar Pelanggan dan Admin Gallery Sriwijaya.....	69
Gambar 4.11 Testimoni Pelanggan Gallery Sriwijaya.....	70
Gambar 4.12 Trend Baju Songket menjadi Blazer	71
Gambar 4.13 Pelanggan Toko Gallery Sriwijaya	75
Gambar 4.14 Produk – Produk di Instagram Gallery Sriwijaya	76
Gambar 4.15 Ketersediaan Produk Barang Gallery Sriwijaya	77
Gambar 4.16 Produk Busana Kemerdekaan di Instagram Gallery Sriwijaya	77
Gambar 4.17 Tangkapan Layar / ScreenShoot Instagram Gallery Sriwijaya.....	79
Gambar 4.18 Maps / Lokasi Toko Gallery Sriwijaya	81
Gambar 4.19 Promotion / Promosi Selebgram Palembang di Instagram.....	82
Gambar 4.20 Postingan Promosi Diskon pada Instagram Gallery Sriwijaya	83
Gambar 4.21 Physical Evidence / Bukti Fisik Beberapa postingan Produk.....	84
Gambar 4.22 Live di Akun Sosial Media Tiktok Gallery Sriwijaya.....	87
Gambar 4.23 Konten Postingan Beranda di Instagram Gallery Sriwijaya	88

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Riwayat Hidup
2. Lembar Konsultasi Tesis
3. Lembar SK Keputusan
4. Lembar Perbaikan Tesis
5. Dokumentasi Wawancara
6. Sertifikat International Conference

