

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN
SEAFOOD MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus Pada Akun Instagram @kulinerkepiting)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang**



OLEH

**YANUARIUS ADRIAN LOTU
431 19 043**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG**

2023



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

Jl. Jend. Ahmad Yani 50 – 52. Telp. (0380) 833395, Fax. 831194

Website : <http://www.unwira.ac.id> E-mail : info@unwira.ac.id

Kupang 85225 – Timor - NTT

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada Hari ini **Rabu, 21 Juni 2023 Pukul 11.30 Wita** Telah diadakan Ujian Sarjana Program Skripsi, bagi mahasiswa :

Nama : Yanuaris Adrian Lotu
NIM : 431 19 043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN SEAFOOD MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* (Studi Kasus Pada Akun *Instagram @kulinerkeping*)

Di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang terdiri dari :

1. Ketua : Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom
2. Sekretaris : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom
3. Penguji Materi I : Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si
4. Penguji Materi II : P. Yoseph Riang, SVD, S.Fil, M.I.Kom
5. Penguji Materi III : Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom
6. Pembimbing I : Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom
7. Pembimbing II : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom

(Handwritten signatures of the examiners)

Hasil Ujian diperoleh sebagai berikut :

Nilai yang diperoleh dari Penguji I = 90
Penguji II = 94
Penguji III = 95
Lulus dengan Nilai = 93 / A

Belum Lulus dan diberikan kesempatan untuk ujian ulang pada :

HARI :, TANGGAL :, JAM :
Hasil Ujian Ulang =

Mengesahkan
Bukan,
(Signature)
Drs. Frans Bapa Tokan, MA

Kupang, 21 Juni 2023
Ketua Tim Penguji, *(Signature)*
Innosensia E.I. N. Satu, S.Sos, M.I.Kom

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Yanuarius Adrian Lotu

Nomor Registrasi : 43119043

Fakultas/Prodi : FISIP/Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis (skripsi) dengan judul: **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN SEAFOOD MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Akun Instagram @kulinerkepiting)** adalah benar-benar karya saya sendiri yang dibimbing oleh Ibu Innosensia E.Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing I dan Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing II. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya penyimpangan, maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Disahkan,

Kupang, Agustus 2023

Pembimbing I

Mahasiswa



Innosensia E.I.Ndiki Satu, S.Sos,M.I.Kom

Yanuarius A. Lotu

No. Registrasi: 43119043

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN
SEAFOOD MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada
Akun Instagram @kulinervepiting)

Diajukan oleh:

Nama : Yanuarius Adrian Lotu

Program Studi : Ilmu Komunikasi

NIM : 43119043

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Innosensia E.I.Ndiki Satu, S.Sos,M.I.Kom

Pembimbing II

Mikhael Rajamuda Bataona,S.Sos,M.I.Kom

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Katolik Widya Mandira

Dr. Frans Bapa Tokan, MA)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN
SEAFOOD MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada
Akun Instagram @kulinerkepiting)**

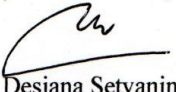
Diajukan oleh:

Nama : Yanuarius Adrian Lotu
Program Studi : Ilmu Komunikasi
NIM : 43119043

Disetujui oleh:

Penguji I

Penguji II


Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si


P. Yoseph Riang, SVD, S.Fil, M.I.Kom

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus memulai untuk menjadi hebat”

Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang nama-Nya selalu disebut di setiap doa-doa penulis
2. Orang Tua tercinta, Bapak Antonius Acoy dan Mama Maria Yosefa yang telah mendoakan serta memberi dukungan moral dan materil pada penulis hingga terselesainya skripsi ini
3. Almamater tercinta tempat penulis merajut pendidikan, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam *Seafood* Melalui Media Sosial Instagram” (Studi Kasus Pada Akun Instagram @kulinerkeping) ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat akademik guna menyelesaikan Program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini sudah melibatkan banyak pihak. Oleh karena itu, sudah sepatutnya penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor Universitas Katoik Widya Mandira
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Katolik Widya Mandira
4. Ibu Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.Sos.,M.I.Kom selaku pembimbing I dan Bapak Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah bersusah payah membimbing dan membantu penulis dari awal penyusunan proposal dan skripsi hingga penulis bisa menyelesaikan semuanya dengan baik.
5. Ibu Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si selaku penguji I dan Pater Yoseph Riang SVD, S.Fil., M.I.Kom selaku penguji II yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis saat ujian dan saat penulis melakukan revisi.

6. Seluruh dosen dan pegawai Universitas Katolik Widya Mandira
7. Saudara/i penulis adik Adriana Lotu dan Imanuel Lotu yang selalu mendukung penulis selama menempuh pendidikan S1 di Unwira
8. Keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
9. Albertina Meo yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dan juga menjadi support terbaik selama penulis menempuh pendidikan di Unwira
10. Owner kuliner kepiting yang bersedia penulis untuk melakukan penelitian di restoran kuliner
11. Semua informan penulis yang telah meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan penulis
12. Teman-teman penulis yaitu: Ape, Priska, Wahyudi, Opin, Rince, Intan, Angel, Boni, Andi, Juan, Devan, Rafitra, dan semua mereka yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu
13. Kepada Jikom 19, terimakasih telah berjuang bersama
14. Kepada diri sendiri, terimakasih masih tetap berjuang sampai saat ini
Penulis sadar bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, penulis mengharapkan usul, saran maupun kritikan demi penyempurnaan Skripsi ini.

Kupang, Juni 2023

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berkaitan dengan “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Penjualan Seafood Melalui Media Sosial Instagram” (Studi Kasus Pada Akun Instagram @kulinerkepiting). Penelitian ini menarik untuk diteliti karena penulis melihat perubahan dari salah satu restoran yang cukup signifikan mengenai strategi penjualan produk makanan antara sebelum menggunakan instagram dan menggunakan aplikasi *whatsapp*.

Oleh karena itu, penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh kuliner kepiting dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yakni wawancara mendalam dan observasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus kualitatif, jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil wawancara, penjualan mengalami kenaikan secara signifikan melebihi hasil dari metode penjualan yang sebelumnya. Hasil yang diperoleh ini merupakan dampak dari perubahan cara mempromosikan produk kuliner. Perubahan cara promosi, strategi dan penggunaan fitur instagram yang lebih memadai untuk menjangkau lebih banyak konsumen, membantu owner kuliner kepiting untuk meningkatkan hasil penjualan.

Berdasarkan hasil analisis, Owner menggunakan strategi komunikasi pemasaran promosi penjualan menggunakan strategi iklan dan pemasaran langsung untuk lebih memperkenalkan penjualannya dengan menggunakan *endors*, penempatan hasil penjualan produk pada *insta story*, *postingan*, *reels* (video pendek), *highlight* (sorotan) profil instagram dan penjelasan langsung mengenai produk kuliner ditempat penjualan dan disebarakan melalui aplikasi lain seperti *whatsapp*. Strategi pemasaran ini tidak hanya menggunakan strategi komunikasi pemasaran iklan dan pemasaran langsung, owner juga menggunakan strategi komunikasi pemasaran pribadi yang diterapkan secara langsung antara owner dengan konsumen. Strategi ini dilakukan ketika owner menjual produknya di tempat-tempat tertentu seperti bank, kampus dan hotel.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti dapat menyimpulkan bahwa penggunaan ketiga strategi ini yaitu iklan, pemasaran langsung dan pemasaran pribadi ini sangat berpengaruh terhadap kulinernya dan peningkatan hasil penjualan yang meningkat. Penulis juga memberikan saran, dengan berhasilnya penerapan strategi ini, penulis berharap agar owner lebih memperluas ranah jual tidak hanya beberapa menu yang simpel akan tetapi owner juga membuat menu-menu makanan yang lebih *trend* dengan paduan antara beberapa seafood.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram, Kuliner Kepiting Kupang

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis	8
1.5.1. Kerangka Pemikiran	8
1.5.2. Asumsi	9
1.5.3. Hipotesis	9
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Komunikasi	13
2.2.1. Definisi Komunikasi	13
2.3. Komunikasi Pemasaran	14
2.3.1. Strategi Komunikasi Pemasaran	15

2.3.2. Jenis-Jenis Model Komunikasi Pemasaran	16
2.4. New Media	19
2.5. Media Sosial	21
2.5.1. Macam-macam Media Sosial	22
2.5.2. Manfaat Media Sosial	24
2.6. <i>Seafood</i>	25
2.7. Instagram	25
2.7.1. Fitur-fitur Instagram	27
2.7.2. Kelebihan dan Kekurangan Instagram.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Metode Penelitian dan Jenis Penelitian	34
3.1.1. Metode Penelitian.....	34
3.1.2. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.2.1. Sumber Data.....	35
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3. Lokasi Penelitian	36
3.4. Satuan Kajian dan Informan Kunci	36
3.4.1. Satuan Kajian	36
3.4.2. Informan Kunci.....	37
3.5. Definisi Konstruk dan Indikator	38
3.5.1. Definisi Konstruk	38

3.5.2. Indikator.....	38
3.6. Teknik Analisis Data dan Teknik Interpretasi Data.....	39
3.6.1. Teknik Analisis Data	39
3.6.2. Teknik Interpretasi Data	40
3.7. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	42
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.1. Profil Akun Instagram @kulinerkepiting	42
4.1.2. Pemanfaatan Media Sosial Instagram.....	45
4.2. Telaah Informan.....	46
4.3. Penyajian Hasil Penelitian.....	48
4.3.1. Hasil Wawancara.....	49
4.3.2 Hasil Observasi.....	56
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	66
5.1. Analisis Data.....	66
5.1.1. <i>Advertising</i> (iklan)	66
5.1.2. <i>Direct Selling</i> (pemasaran langsung).....	68
5.2. Interpretasi Data.....	72
5.2.1. Pemasaran	72
5.2.2. Strategi	73
5.2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran di Akun Instagram	76
BAB VI PENUTUP	78

6.1. Kesimpulan.....	78
6.2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	9
--	---

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Informan Kunci	37
Tabel 4.1. Telaah Informan	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Logo Kuliner Kepiting	43
Gambar 4.2. Tangkap Layar Profil Akun Instagram @kulinerkepiting	44
Gambar 4.3. Hasil Tangkap Layar Insta Story Tanggal 19 Mei 2023	57
Gambar 4.4. Hasil Dokumentasi Penulis Tanggal 20 Mei 2023	58
Gambar 4.5. Tangkapan Layar Tanggal 21 Mei 2023	59
Gambar 4.6. Testimoni Pelanggan Di Akun Instagram 22 Mei 2023	60
Gambar 4.7. Tangkapan Layar Endors Jualan Oleh Marisa Dilak	61
Gambar 4.8. Jumlah Penonton <i>Feed</i> Instagram Sebelum Endors	62
Gambar 4.9. Jumlah Penonton <i>Feed</i> Instagram Setelah Endors	63
Gambar 4.10. Dokumentasi Owner Makanan Yang Terjual.....	64