

**BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN @LAPISBOGOR
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALM MENINGKATKAN
PENJUALAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
IDA ROSLIYANTI
044116471**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
AGUSTUS 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

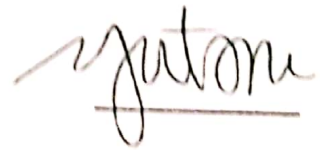
Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Ida Rosliyanti
NPM : 041116471
Judul : Dauran Komunikasi Pemasaran Pada Akun @LapisBogor Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI Menyetujui

Pembimbing I : Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom
NIK. 1.0616 049 761



Pembimbing II : Wiranta Yudha Ginting, M.A
NIK: 1.0616 049 758



Pembaca : Layung Paramesti Martha, M.Si
NIK: 1.0616 049 756



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 07 Agustus 2020

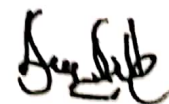
Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim, M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

IDA ROSLIYANTI 044116471, 2020, Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Akun @Lapisbogor Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah Bimbingan Intan Trikusumaningtias, M.Ikom dan

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui bagaimana bauran komunikasi pemasaran pada akun @lapisbogor melalui media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan. (2) untuk mengetahui fitur-fitur apa saja yang digunakan akun instagram @lapisbogor dalam melakukan bauran komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Peneliti memiliki *key informan* yaitu manajer toko Lapis Bogor Sangkuriang. Sedangkan untuk *informan* yaitu admin Lapis Bogor Sangkuriang dan dua orang yang sudah menjadi pelanggan lama dan pelanggan baru di Lapis Bogor Sangkuriang. Dalam memperoleh data digunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi, seta studi pustaka. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber. Sedangkan untuk teknik pengolahan data yaitu berupa reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lapis Bogor Sangkuriang telah melakukan bauran komunikasi pemasaran dalam bentuk bauran komunikasi pemasaran secara efektif. Dalam promosi yang dilakukan Lapis Bogor Sangkuriang menggunakan beberapa bauran komunikasi pemasaran yaitu pemasaran interaktif, promosi penjualan, pemasaran langsung, acara dan pengalaman. Selain itu peneliti menemukan pemanfaatan fitur-fitur instagram untuk menunjang kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Lapis Bogor Sangkuriang dengan memanfaatkan fitur judul foto, mengunggah foto, pengikut, tanda pagar (#), tanda orang/tag, penyinggungan (*mentions*) dan *multiple photos and videos*.

Kata Kunci : Buaran Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram