



**IMPLEMENTASI PROMOSI DI MEDIA SOSIAL PADA AKUN @SPIRULINA  
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT DAN  
PENJUALAN**  
**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi

U N I V E R S I T A S  
Disusun oleh:  
**Abdiansyah Rangkuti**  
**44318110072**  
**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2022**

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abdiansyah Rangkuti

NIM : 44318110072

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Implementasi Promosi Di Media Sosial Pada Akun @Spirulina Indonesia Dalam Meningkatkan Engagement Dan Penjualan** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 14 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,

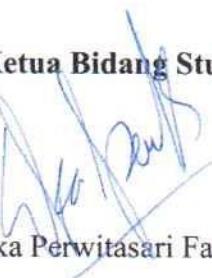


Pembimbing I



(Engga Probi Endri, M.A.)

Ketua Bidang Studi



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

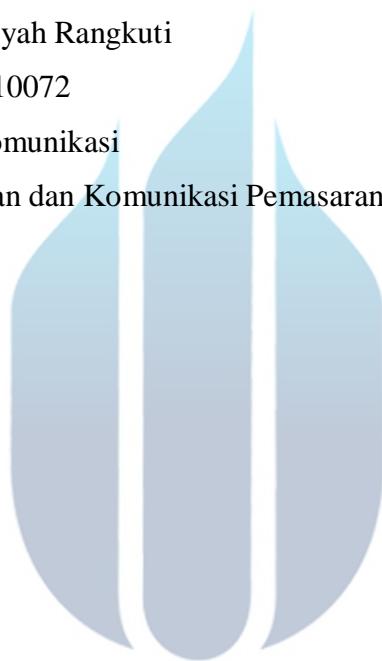
Judul : **Implementasi Promosi Di Media Sosial Pada Akun @Spirulina Indonesia Dalam Meningkatkan Engagement Dan Penjualan**

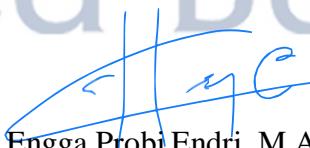
Nama : Abdiansyah Rangkuti

NIM : 44318110072

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran



UNIVERSITAS  
Jakarta, 14 Februari 2022  
Mengetahui,  
Pembimbing  
**MERCU BUANA**  
  
Engga Probi Endri, M.A.



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Abdiansyah Rangkuti  
NIM : 44318110072  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Judul : **Implementasi Promosi Di Media Sosial Pada Akun @Spirulina Indonesia Dalam Meningkatkan Engagement Dan Penjualan**

Jakarta, 14 Februari 2022

( ..... )

( ..... )

( ..... )

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Implementasi Promosi Di Media Sosial Pada Akun @Spirulina Indonesia Dalam Meningkatkan Engagement Dan Penjualan**

Nama : Abdiansyah Rangkuti

NIM : 44318110072

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 14 Februari 2022  
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Engga Probi Endri, M.A)

Ketua Bidang Studi



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Abdiansyah Rangkuti  
44318110072

Implementasi Promosi di Media Sosial Pada Akun @Spirulina Indonesia Dalam Meningkatkan *Engagement* dan Penjualan.

Bibliografi : 5 Bab 122 Halaman + Lampiran + 22 Buku + 3 Internet

## ABSTRAK

Promosi penjualan sampai saat ini merupakan salah satu cara yang paling populer dan banyak digunakan oleh perusahaan dan pemasar dalam meningkatkan penjualan, tetapi pada sisi lain memiliki dampak pada biaya promosi yang semakin besar sehingga margin keuntungan semakin sedikit. Promosi melalui media sosial berpusat pada upaya perusahaan untuk membangun konten yang menarik perhatian dan mendorong calon konsumen untuk berkoneksi sehingga menghasilkan ketertarikan terhadap produk atau jasa dengan biaya yang efisien. Sebuah *brand* akan dengan mudah masuk dan dikenal diantara konsumennya dengan cara beriklan atau memberikan paparan luas melalui *social media*.

Hadirnya media sosial instagram memberikan alternatif terbaru bagi *online shop* Spirulina Indonesia untuk meningkatkan engagement dan penjualannya. Spirulina Indonesia memanfaatkan akun instagramnya untuk menanamkan brand kedalam benak konsumen hingga mencapai hubungan serta keterikatan antara brand dengan konsumen melalui penyajian konten-konten yang menarik.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan media instagram pada akun Spirulina Indonesia sebagai media promosi dalam meningkatkan engagement penjualan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Digital dan Promosi. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma post-positivisme.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai implementasi promosi Spirulina Indonesia melalui media sosial Instagram sangat berpengaruh dan berhasil dalam meningkatkan engagement dan penjualan dilihat dari jumlah followers yang terus meningkat dan jumlah pembelian produk yang semakin banyak. Spirulina Indonesia menggunakan Instagram dalam media promosi untuk meningkatkan engagement dengan memaksimalkan setiap konten sebagai kunci utama keberhasilan pemasaran dalam media sosial dan mengiklankan setiap konten dan menyesuaikan dengan budgetnya untuk menaikkan engagement dan penjualan.

**Kata Kunci : Promosi, Social Media, Engagement**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Abdiansyah Rangkuti  
44318110072

Implementation of Promotions on Social Media on @Spirulina Indonesia Accounts in Increasing Engagement and Sales.

Bibliografi : 5 Chapter 122 Page + Enclosure + 22 Book + 3 Internet

### ABSTRACT

Sales promotion to date is one of the most popular and widely used methods by companies and marketers to increase sales, but on the other hand it has an impact on increasing promotional costs so that profit margins are getting smaller. Promotion through social media is centered on the company's efforts to build content that attracts attention and encourages potential consumers to connect so as to generate interest in products or services at an efficient cost. A brand will easily enter and be known among consumers by advertising or providing wide exposure through social media.

The presence of Instagram social media provides the latest alternative for Spirulina Indonesia's online shop to increase engagement and sales. Spirulina Indonesia uses its Instagram account to instill the brand into the minds of consumers to achieve a relationship and engagement between the brand and consumers through the presentation of interesting content.

The purpose of this study was to determine the use of Instagram media on Spirulina Indonesia's account as a promotional media in increasing sales engagement. In this study, researchers used the theory of Marketing Communication, Digital Marketing and Promotion. This research is descriptive qualitative using post-positivism paradigm.

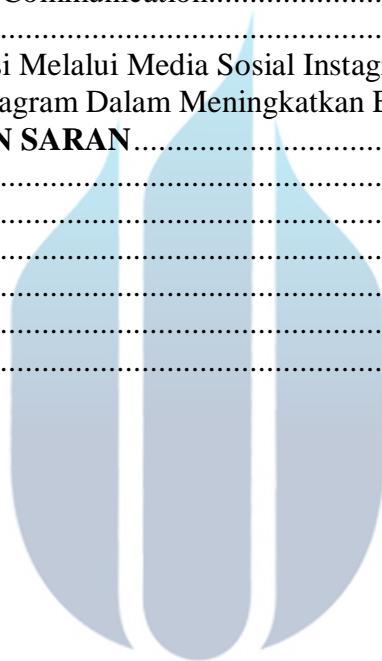
From the results of research that has been carried out regarding the implementation of the Spirulina Indonesia promotion through Instagram social media, it is very influential and successful in increasing engagement and sales, seen from the increasing number of followers and the increasing number of product purchases. Spirulina Indonesia uses Instagram in promotional media to increase engagement by maximizing each content as the main key to marketing success in social media and advertising each content and adjusting it to its budget to increase engagement and sales.

**Keywords:** *Promotion, Social Media, Engagement*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	v
ABTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat akademis.....	8
1.4.2 Manfaat praktis.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	22
2.3 Integrated Marketing Communication .....	23
2.4 Promosi .....	24
2.5 Bauran Promosi .....	25
2.5.1 Strategi Promosi .....	27
2.6 Digital Marketing.....	27
2.7 New Media (Media Baru) .....	35
2.8 Media Sosial .....	36
2.8.1 Instagram .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	41
3.2 Metode Penelitian .....	41
3.3 Subjek Penelitian .....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.4.1 Data Primer .....	43
3.4.2 Data Sekunder.....	44
3.5Teknik Analisis Data.....	44
3.6Teknik Keabsahan Data .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	48
4.1.1 Profil Spirulina Indonesia .....	48
4.1.2 Visi dan Misi Spirulina.Indonesia .....	49
4.1.3 Logo dan Slogan Spirulina Indonesia.....	49

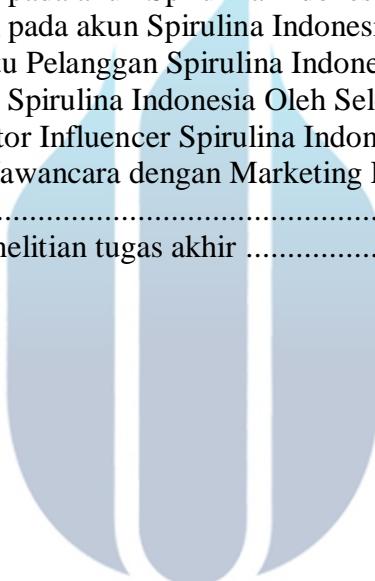
4.1.4 Segmentasi .....	50
4.1.5 Akun media sosial Instagram Spirulina Indonesia .....	50
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>52</b>
4.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	52
4.2.2 Integrated Marketing Communication.....	53
4.2.3 Pemasaran Digital (Digital Marketing) .....	58
4.2.4 Pemilihan Media Instagram Sebagai Media Pemasaran dan promosi .....	77
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>80</b>
4.3.1 Komunikasi Pemasaran .....	81
4.3.2 Integrated Marketing Communication.....	81
4.3.3 Pemasaran Digital.....	82
4.3.4 Implementasi Promosi Melalui Media Sosial Instagram.....	99
4.3.5 Pemilihan Media Instagram Dalam Meningkatkan Engagement .....	102
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran .....	107
5.2.1 Saran Akademis .....	107
5.2.2 Saran Praktis .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020.....	4
Gambar 1. 2 Akun Instagram Spirulina Indonesia .....	5
Gambar 4. 1 Logo Spirulina Indonesia .....	49
Gambar 4. 2 Profile Akun Instagram Spirulina Indonesia.....	51
Gambar 4. 3 Postingan Konten Kesehatan Kulit.....	84
Gambar 4. 4 Link Konsultasi Gratis pada Halaman Bio Akun.....	85
Gambar 4. 5 Salah satu Program Give Away Spirulina Indonesia .....	87
Gambar 4. 6 Produk masker hijau Spirulina Indonesia .....	89
Gambar 4. 7 Program Promosi pada akun Spirulina Indonesia .....	90
Gambar 4. 8 Program Promosi pada akun Spirulina Indonesia .....	91
Gambar 4. 9 Review Salah Satu Pelanggan Spirulina Indonesia .....	95
Gambar 4. 10 Promote produk Spirulina Indonesia Oleh Selebgram .....	101
Gambar 4. 11 Program Promotor Influencer Spirulina Indonesia.....	104
Gambar 4. 12 Dokumentasi Wawancara dengan Marketing Executive Spirulina Indonesia .....	124
Gambar 4. 13 Permohonan penelitian tugas akhir .....	125



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu .....	16
---------------------------------------	----



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## KATA PENGANTAR

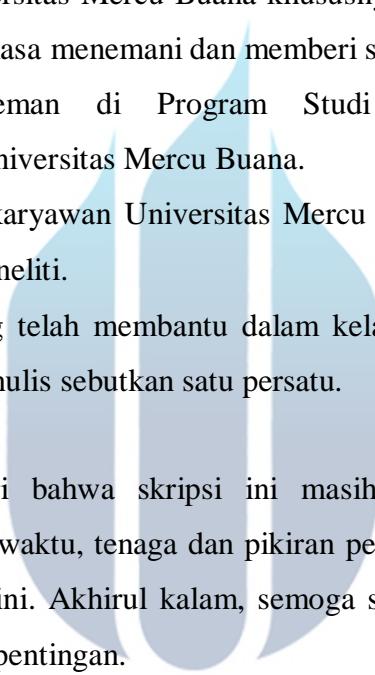
Puji dan syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT karena atas segala berkat dan rahmat-Nya skripsi berjudul “Implementasi Promosi Di Media Social Pada Akun @Spirulina Indonesia Dalam Meningkatkan Engagement Dan Penjualan” dapat diselesaikan pada waktunya. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi konsentrasi Digital Advertising and *Marketing Communication* Universitas Mercu Buana. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari peran dan bantuan banyak pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Bapak Engga Probi Endri S.I.Kom, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Farid Hamid, Dr, M.Si Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran.
5. Ibu SM Niken Restaty, M.Si selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir Program Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen dan tenaga pengajar serta staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana kampus Menteng dan kampus Meruya.
7. Terimakasih kepada kedua orang tua saya, Ibu Siti Halimah Tanjung dan Ayah Muhammad Akhyar Rangkuti atas semua doa dan motivasi yang diberikan,

- sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini.
8. Ingeu Zaini dan Farah Nuri selaku informan yang telah bersedia diwawancara dalam penelitian tugas akhir skripsi.
  9. Terimakasih untuk seluruh teman-teman jurusan Markom Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana khususnya Ryan, Ratih, Koi, dan Ilham yang selalu senantiasa menemani dan memberi semangat untuk terus berjuang.
  10. Seluruh teman-teman di Program Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.
  11. Seluruh staf dan karyawan Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuan kepada peneliti.
  12. Semua pihak yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan pikiran penulis saat melakukan penelitian serta menyusun skripsi ini. Akhirul kalam, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 17 Desember 2021  
**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**(Abdiansyah Rangkuti)**