

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM AKTIVITAS
KOMUNIKASI PEMASARAN KLINIK KECANTIKAN
THE MAPLE'S BEAUTY**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Lailatul Silviah

202010040311460

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos., M.Comms

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023/2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM AKTIVITAS
KOMUNIKASI PEMASARAN KLINIK KECANTIKAN THE MAPLE'S
BEAUTY**

Diajukan Oleh :

LAILATUL SILVIYAH
20201004031160

Telah disetujui
Rabu / 10 Juli 2024

Pembimbing I



Jamroji, S.Sos., M.Comms

Wakil Dekan I



Najamuddin R. Harir Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Lailatul Silviah
202010040311460

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

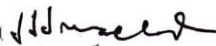
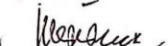

L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 10 Juli 2024

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Prof. Dr. Muslimin Maehmud, M.Si ()
2. Zen Amirudin, M.Med.Kom ()
3. Jamroji, S.Sos, M.Comms ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin, S.P., M.Hub.Int.



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Lailatul Silviyah
NIM : 202010040311460
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran Klinik Kecantikan The Maples Beauty

Disetujui,
Pembimbing

Jamroji, S.Sos.,M.Comms

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 251 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sultan No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umma.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR ORISINALITAS



SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Lailatul Silviyah

NIM : 202010040311460

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran Klinik Kecantikan The Maples Beauty

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 26 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Lailatul Silviyah



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 253 (Hunting)
F. +62 341 860 435

Kampus II

Jl. Dendungan Sutawati No 198 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 146 (Hunting)
F. +62 341 567 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6 e/ /FISIP-UMM/VI/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa

Nama	Lailatul Silviah
No. Induk Mahasiswa	20201100403111460
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran Klinik Kecantikan The Maples Beauty

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 26 Juni 2024

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos., M.Comms



Kampus I

Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 597 257 (malang)
F. +62 341 466 435

Kampus II

Jl. Sandungan Surati No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 351 149 (malang)
F. +62 341 587 360

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 219 (malang)
F. +62 341 401 430
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA	Lailatul Silviyah
NIM	202010040311460
Program Studi	Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (Delapan) tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 26 Juni 2024

a. n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Randang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 253 (Pusat)
F. +62 341 460 430

Kampus II
Jl. Bendungan Salim No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 140 (Pusat)
F. +62 341 382 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 746 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Pusat)
F. +62 341 400 430
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERRSSETUJUAN PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS II MIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL

“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM AKTIVITAS KOMUNIKASI
PEMASARAN KLINIK KECANTIKAN THE MAPLE’S BEAUTY”

Oleh

Nama : Lailatul Silvyah

NIM : 202010040311460

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 26 Juni 2024

Pembimbing I/Promotor

Jamroji, S. Sos., M.Comms

NIP. 10302030373



(* Coret yang tidak perlu)



Kampus I
Jl. Bankulu I Malang Jawa Timur
P. +62 341 391 253 (Hunting)

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang Jawa Timur
P. +62 341 391 149 (Hunting)

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 748 Malang Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Hunting)

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Lailatul Silriyah

NIM : 202010040311460

Hasil Plagiasi : 27/6 ^{01/7}

BAB I	4	9		
BAB II	3			
BAB III	19			

27/6 ^{01/7}

BAB IV	0	0.		
BAB V	6			
BAB VI				



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 27 Juni 2024

Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

CS | Berbelanja dengan Cara Baru



LEMBAR BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Senin
Tanggal : 24 Juni 2024

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh

- 1 Nama : Lailatul Silvyah
- 2 NIM : 202010040311460
- 3 Jurusan : Ilmu Komunikasi
- 4 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 5 Judul Skripsi : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN
KLINIK KECANTIKAN THE MAPLE'S BEAUTY
- 6 Dosen Pembimbing : Jamroji, S Sos , M Comms
- 7 Dosen Penguji : Zen Amirudin, S Sos, M MedKom

Seminar hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui Platform Zoom dengan tautan link
<https://us06web.zoom.us/j/84459541219?pwd=Tl71acaJbM6Nead5266ppqJhfhqKmxu.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji serta 24 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Mengetahui,
Malang, 26 Juni 2024

Kaprodi/Sekprodi Ilmu
Komunikasi



Nasrullah, S Sos, M Si

Dosen Penguji



Zen Amirudin, S Sos,
M MedKom

Dosen Pembimbing



Jamroji, S Sos , M Comms

LEMBAR DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

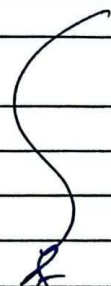
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

No	Nama	NIM	Jurusan
1	Muhammad Nursandy	202010040311563	Ilmu Komunikasi
2	Nafisa Aura Yassa	202010040311577	Ilmu Komunikasi
3	Audrey Angelique Purwita	202110040311108	Ilmu Komunikasi
4	Adistya Prasasti	202010040311358	Ilmu Komunikasi
5	Fiqri Fauzi Fathonu Putra Arifin	202010040311202	Ilmu Komunikasi
6	saudia ilmi	202010040311337	Ilmu Komunikasi
7	Nafis Ikhdal Umam	202010040311571	Ilmu Komunikasi
8	Ihsan Sutanto	202010040311091	Ilmu Komunikasi
9	Ozzy Lorenzia Arifika	202010040311336	Ilmu Komunikasi
10	Dimas Anur Rochman	202010040311349	Ilmu Komunikasi
11	Dini Juniarti	202010040311431	Ilmu Komunikasi
12	Aldi Mochamad Rahardian	202010040311352	Ilmu Komunikasi
13	Ramadhina Hanayu Hapsari	202010040311338	Ilmu Komunikasi
14	Ainni Fitriani	202010040311019	Ilmu Komunikasi
15	Muhammad Zidane Azriel Argani	202010040311348	Ilmu Komunikasi
16	Muhamad Aghfi Rifaldi	maghfirfaldi@gmail.com	85771705882
17	LUTHFIYAH ZAFIRAH	202010040311244	Ilmu Komunikasi
18	Isnaeni Indah Maulithia	202010040311488	Ilmu Komunikasi
19	Utta Su'ad	202010040311404	Ilmu Komunikasi
20	Muhamad Nur RAMadhan	202010040311468	Ilmu Komunikasi
21	Moh Ferdy Cahya Ramdhan	202110040311443	Ilmu Komunikasi
22	Zaki Nur Ihsan	202010040311333	Ilmu Komunikasi
23	SHALLY ANZILIR R	202010040311565	Ilmu Komunikasi
24	Nufail Sidiq Halwa Nayotama	202110040311350	Ilmu Komunikasi

LEMBAR BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lailatul Silviyah
NIM 202010040311460
Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN
KLINIK KECANTIKAN THE MAPLE'S BEAUTY
Pembimbing Jamroji, S Sos , M Comms
Kronologi Bimbingan

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
14 Februari 2024	Pengajuan BAB I-III	
28 Mei 2024	ACC BAB I-III (melanjutkan turun lapangan)	
20 Juni 2024	Pengajuan BAB IV dan BAB V	
20 Juni 2024	ACC BAB I-V	
21 Mei 2024	Pengajuan Abstrak	
21 Mei 2024	ACC Abstrak	

Malang , 26 Juni 2024

Dosen Pembimbing


Jamroji, S Sos , M Comms

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Abstrak :

Di tengah pesatnya perkembangan industri kecantikan, klinik kecantikan The Maple's Beauty hadir sebagai salah satu tempat bagi mereka yang menginginkan perawatan kulit dan kecantikan. Pemanfaatan media yang tepat dalam aktivitas komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan klinik kecantikan agar dapat membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram dalam aktivitas komunikasi pemasaran Klinik Kecantikan The Maple's Beauty. Penelitian ini menggunakan konsep *The Circular Model of SOME*. (*Share, Optimize, Manage dan Engage*) yaitu sebuah konsep yang diciptakan oleh Regina Luttrell dengan tujuan agar memudahkan praktisi media sosial perusahaan untuk mengelola media sosial yang digunakan dengan efektif. Penelitian ini juga menggunakan konsep *Promotion Mix*, yaitu sekumpulan alat atau kombinasi metode komunikasi yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk meraih target tujuan pemasaran. Metode Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Klinik Kecantikan The Maple's Beauty menggunakan Instagram sebagai platform untuk aktivitas komunikasi pemasaran, yaitu sebagai media untuk memasang iklan, menyebarkan promosi, menjalankan penjualan personal, dan melakukan pemasaran langsung. Pemanfaatan Instagram dilakukan melalui beberapa tahapan yang sesuai dengan konsep *The Circular Model of SOME*: Pertama, *Share*, Instagram digunakan secara konsisten untuk menyampaikan informasi terkait klinik, yang bertujuan untuk menarik minat dan membangun kepercayaan konsumen. Kedua, *Optimize*, Instagram digunakan untuk mengoptimalkan penyampaian pesan sehingga memperoleh keberhasilan dalam aktivitas komunikasi pemasaran. Ketiga, *Manage*, Instagram digunakan untuk menjalin hubungan emosional yang lebih dekat dengan audiens. Terakhir, *Engage*, Instagram digunakan untuk meningkatkan kesadaran akan keberadaan klinik dan memperluas jangkauan pasar melalui kolaborasi dengan pengguna Instagram.

Kata Kunci : Instagram, Komunikasi Pemasaran, Klinik Kecantikan, *The Circular Model of SOME*

Mengetahui,

Malang, 01 Juli 2024

Pembimbing I Promotor

Penulis

Jamroji, S. Sos., M. Comms

Lalatul Silviyah



Kampus I
Jl. Sawitri, 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 253 (tanjung)

Kampus II
Jl. Bendungan, Sukorejo No. 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 149 (tanjung)

Kampus III
Jl. Reza Toppom, No. 146 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 313 (tanjung)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran Klinik Kecantikan The Maple's Beauty". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kemudahan, serta kelancaran bagi penulis selama menempuh pendidikan dan menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik
2. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
5. Bapak Jamroji, S.Sos.,M.Comms selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman dan inspirasi yang berharga selama masa kuliah.
7. Orang Tua Tercinta, Ibu To'ifah, Bapak Atman, Ibu Masfufah, S.pd, Bapak Abdul Ajis, Bapak Susilo dan Ibu Kholifah yang telah memberikan kontribusi besar dalam bentuk doa, kasih sayang, dukungan moral, dan materiil. Penulis sangat bersyukur memiliki orang tua yang selalu memberikan cinta tanpa syarat, pengorbanan yang tiada henti, serta kesabaran dalam mendukung setiap langkah penulis. Terima kasih atas

segala doa yang dipanjatkan setiap hari, kata-kata motivasi yang selalu menguatkan, serta kepercayaan yang diberikan. Tanpa kalian, penulis tidak akan dapat menyelesaikan pendidikan ini. Semua pengorbanan, baik dalam bentuk waktu, tenaga, maupun materi, adalah fondasi kuat yang mendasari keberhasilan ini. Kalian adalah sumber inspirasi dan semangat yang tak tergantikan.

8. Kerabat Dekat, yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik dalam bentuk moral maupun materil. Kehadiran kalian sangat berarti bagi penulis dalam menjalani proses ini.
9. Partner Setia, Jazilatun Nafisah dan Muhammad Rifqy Syarifuddin yang selalu membantu dalam setiap tahap penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, bantuan, dan kerjasama yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Kehadiran Jazilatun Nafisah dan Muhammad Rifqy Syarifuddin sangat berarti tidak hanya dalam hal teknis, tetapi juga dalam memberikan semangat dan dorongan moral yang tak ternilai harganya. Kesediaan Jazilatun Nafisah dan Muhammad Rifqy Syarifuddin untuk meluangkan waktu dan tenaga sungguh sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Keluarga Perantauan, Charnabila Ramadhani dan Isnaeni Indah Maullithia yang telah menjadi keluarga kedua bagi penulis, selalu setia menemani dari awal masuk perkuliahan hingga selesai masa perkuliahan, terutama terimakasih selalu mendukung dan memotivasi pada saat proses menyelesaikan skripsi.
11. Sahabat Perantauan, Nafisa Aura Yassa, Shally Anzilir dan seluruh anggota kelompok praktikum Public Relations “Octop”. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan motivasi yang selalu kalian berikan.
12. Diri Sendiri, yang telah berjuang keras dan tak pernah menyerah dalam menghadapi segala tantangan. Terima kasih telah bersedia bekerja keras, berkorban waktu, tenaga, dan pikiran untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah tetap kuat dan semangat meskipun menghadapi banyak rintangan dan cobaan. Ini adalah bukti nyata dari ketekunan, kegigihan, dan

dedikasi yang telah dicurahkan selama ini. Semoga pencapaian ini menjadi motivasi untuk terus maju dan meraih kesuksesan di masa depan.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vi
LEMBAR PERRSSETUJUAN PLAGIASI.....	vii
HASIL CEK PLAGIASI.....	viii
LEMBAR BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	ix
LEMBAR DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....	x
LEMBAR BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2 Promotion Mix.....	12
2.3 Digital Marketing.....	16
2.4 Media Sosial.....	17
2.5 Instagram.....	19
2.6 Pemanfaatan Media Sosial Instagram.....	23
2.6.1 Teori New Media.....	24
2.6.2 Instagram Sebagai Media Komunikasi Baru.....	27
2.7 <i>The Circular Model Of SOME</i>	30

2.8	Penelitian Terdahulu	37
2.9	Kerangka Berpikir	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Paradigma Penelitian.....	41
3.2	Jenis Penelitian.....	42
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian	43
3.4	Informan Penelitian.....	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6	Teknik Analisis Data.....	49
3.7	Uji Keabsahan Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Profil Klinik Kecantikan The Maple's Beauty.....	52
4.1.1	Sejarah Klinik Kecantikan The Maple's Beauty	52
4.1.2	Visi Misi Klinik Kecantikan The Maple's Beauty	52
4.1.3	Struktur Organisasi Klinik Kecantikan The Maple's Beauty.....	53
4.2	Profil Informan.....	56
4.2.1	Ana Anika (Spv Sales dan Marketing).....	56
4.2.2	Eko Pambudi (Admin Desain Grafis).....	56
4.3	Profil Akun Instagram Klinik Kecantikan The Maple's Beauty	57
4.4	Hasil Penelitian dan Pembahasan	60
4.4.1	Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Klinik Kecantikan The Maple's Beauty dengan Penerapan Konsep <i>The Circular Model Of SOME</i>	60
4.4.2	Aktivitas Komunikasi Pemasaran Klinik Kecantikan The Maple's Beauty Menggunakan Promotion Mix Melalui Instagram	91
BAB V PENUTUP.....		107
5.1	Kesimpulan.....	107
5.2	Saran.....	110
5.2.1	Saran Akademis.....	110
5.2.2	Saran Praktisi	110
DAFTAR PUSTAKA		112
DAFTAR LAMPIRAN.....		116

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	37
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 tangkapan layar data penggunaan Instagram.....	7
Gambar 2.1 The Circular Model Of SOME.....	30
Gambar 3.1 Struktur organisasi.....	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Klinik Kecantikan The Maple's beauty	53
<i>Gambar 4.2 Profil akun Instagram @themaples.beauty</i>	<i>57</i>
Gambar 4.3 postingan akun Instagram @themaples.beauty	58
Gambar 4.4 Highlight akun @themaples.beauty	59
Gambar 4.5 Tampilan akun Feed Instagram @themaples.beauty	64
Gambar 4.6 tampilan stories Instagram @themaples.beauty.	71
Gambar 4.7 Postingan akun Instagram @themaples.beauty	74
Gambar 4.8 Postingan Feed Instagram @themaples.beauty	75
Gambar 4.9 Highlight QnA Instagram @themaples.beauty.	81
Gambar 4.10 Bukti Direct Message	82
Gambar 4.11 Postingan Feed Instagram @themaples.beauty	97
Gambar 4.12 Highlight akun Instagram @themapls.beauty	98
Gambar 4.13 postingan akun Instagram @themaples.beauty.	99
Gambar 4.14 Postingan Influencer pada akun Instagram @themaples.beauty	105
Gambar 4.15 Postingan influencer pda akun Instagram @themaples.beauty	105

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. CV. PENERBIT QIARAMEDIA.
- Musnaini, Suherman, & Wijoyo, H. (2020). *DIGITAL MARKETING*. CV. Pena Persada.
- Yupitriani, & Putri, A. H. (2023). ANALISIS KONTEN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Akun TikTok @Dometkeluarga). *KOMVERSAL : JURNAL KOMUNIKASI UNIVERSAL*, 5(1).
- Ariato. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Setiadi, A. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*.
- Cindy, C., & Utami, L. S. S. (2022). *Aktivitas Komunikasi Pemasaran @Sallang.Sallang dalam Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan*. *Prologia*, 6(2), 229–233. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.1044>
- Salva, S. F. R., & Putri, B. P. S. (2022). *Analisis Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram@honeeystuff_*. *EProceedings ...*, 9(4), 2337–2345.
- Sukarnadi, N., & Raharjo, S. T. (2019). *Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Mix Method (Studi Kasus pada Lettice Clinic Tanjung Pinang)*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 18(2), 141–165. <https://doi.org/10.14710/jspi.v18i2.141-165>
- Yusuf, M. F. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) dan Umum*. <https://pustakailmu.co.id/wp-content/uploads/2021/03/ilmu-komunikasi.pdf>
- Batubara, A. K. (2011). *Diktat Media Komunikasi*. Medan, 2–4, 5–7. <http://repository.uinsu.ac.id/1803/1/>
- Gustina, B. A., Kanita, G. G., & Yusuf, I. (2024). *Said Hydroponics In The Digital Age Efektifitas Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Dan Pemasaran Pada Said Hidroponik Di Era Digital*. 5(1), 1084–1092.

- Noviyanti, I. N. (2014). *Kegiatan Komunikasi Pemasaran Online. Prosiding Hubungan Masyarakat*.
<https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/154%0Ahttp://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/download/154/pdf>
- Andiasari, T., & Lastariwati, B. (2018). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Makanan Siswa Entrepreneurship Di SMKN 4 Surakarta. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Makanan Siswa Entrepreneurship Di Smkn 4 Surakarta*, 6(5), 1–9.
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/boga/article/download/10082/9647>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Pertiwi, M. P., Isnaini, M., & Girsang, L. R. M. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Brand Addiction. Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 253–266.
<https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3609>
- Pancaningsih, R. (2022). *Pengaruh Terhadap Penjualan*. 1(4), 134–148.
- Hafid, M. A., Ketintang, K., & Ketintang, K. (2023). *Pemanfaatan media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam perspektif manajemen bisnis syariah di eventsurabaya the role of social media as a marketing communication strategy in sharia business management perspective at eventsurabaya. Jurnal Syarikah*, 9(1), 34–46.
- Wibowo, N., & Pandu, A. (2013). *Pemanfaatancangan Interior Klinik Kecantikan Berbasis Eco-Desain di Surabaya. Jurnal Intra*, 1(2), 1–8.
- Agrevinna, M. (2020). *Strategi pengembangan bisnis dalam bidang kecantikan. Jurnal Tata Rias Dan Kecantikan*, 155(1), 58–66.
- Nantingkaseh, A. H. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Mendukung Program Komunikasi Pemasaran Samakta Guest House. Jurnal InterAct*, 9(1). <https://doi.org/10.25170/interact.v9i1.1709>
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>

- Sandy, R. K. (2022). *Analisis Konten Marketing Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun @Indihomesragen PT Telkom Indonesia Datel Sragen Tahun 2022)*. *E-Proceeding of Applied Science*, 8(5), 422–431. <https://www.telkom.co.id/>
- Mardiana, S. (2013). *Pemanfaatan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen*. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46.
- Wantoro R P, S. E. D. (2020). *MEDIA INSTAGRAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @ askxorg)*. *Pemasaran*, 6, 1–16.
- Constantin Kaemong, R., Arifin ilham, M., & Muhammad, F. (2023). *Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022*. 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Mamis, S. (2020). *Teknologi Informasi Dan Komunikasi Sebagai Media Baru Dalam Komponen Pembelajaran*. *Al-MUNZIR*, 13(2), 253. <https://doi.org/10.31332/am.v13i2.2049>
- Feroza, C. S., & Misawati, D. (2021). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Kemp, S. (2023). *DIGITAL 2023: INDONESIA*. We Are Social, Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sahir, H. S. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Asri Publising.
- M Chairul Basrun Umanailo. (2019). *Paradigma Konstruktivis*. *Metodologi Penelitian*, October, 1–5. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>
- Dzalila, L., & Amalia, D. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Akun @handmadeshoesby*. *Da'watuna:*

Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 3(4), 1297–1306.
<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i4.3439>

Setiawan, R. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Online (Studi Kasus pada Akun @nanisaproject). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22727–22735. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10191>

Pakpahan, A. V. B., & Dra, A. D. (2019). PENGGUNAAN CIRCULAR MODEL OF SoMe MELALUI INSTAGRAM @TRADEMARK_BDG (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Instagram @trademark_bdg) THE USE CIRCULAR MODEL OF SoMe by INSTAGRAM @TRADEMARK_BDG (Qualitative Description Study Usage Of Social Med. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 5197–5205.
<http://jabar.tribunnews.com/2018/08/21/>

Luttrell, R. (2016). *Social Media How to Engage, Share, and Connect*. Rowman & Littlefield Publishers.

THE GLOBAL STATE OF DIGITAL IN APRIL 2023. (2023). We Are Social.
<https://wearesocial.com/id/blog/2023/04/the-global-state-of-digital-in-april-2023/#:~:text=Essential digital stats for April 2023&text=GSMA Intelligence reports that there,of 152 million new subscribers.>

SUKMA, A. S. (2020). Pembentukan Karakter Berbasis Keteladanan Guru Dan Pembiasaan Murid Sit Al Biruni Jipang Kota Makassar. *Education and Human Development Journal*, 5(1), 91–99.
<https://doi.org/10.33086/ehdj.v5i1.1453>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.