

202110040311326
Achmad Adhi Nugroho
Prodi Ilmu Komunikasi

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (Studi Kasus pada Akun Instagram @trml.official)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

Achmad Adhi Nugroho

202110040311326

Dosen Pembimbing :

Dr. Farid Rusman M,Si

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

TAHUN 2026

202110040311326
Achmad Adhi Nugroho
Prodi Ilmu Komunikasi

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**
(Studi Kasus pada Akun Instagram @trlml.official)

Diajukan Oleh :

Achmad Adhi Nugroho
202110040311326

Telah disetujui
Rabu / 10 Juni 2026

Pembimbing I



Dr. Farid Rusman, M.Si

Wakil Dekan I



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR KETERANGAN LULUS

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Achmad Adhi Nugroho
202110040311326

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

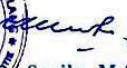
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 10 Juni 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :


1. Arum Martikasari, M.Med.Kom ()
2. M.Himawan Sutanto, M.Si ()
3. Dr. Farid Rusman, M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




D. Susilo, M.Si.

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

(*) Coret yang tidak perlu

SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/III/2026


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


NAMA : Achmad Adhi Nugroho
NIM : 202110040311326
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sepuluh (10) tahun akademik 2026/2027 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 2 Juni 2026
Ketua Program Studi


Novin Farid Styo Wibowo, M.Si


Kampus I
Jl. Bandung I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 252 (Hunting)
F. +62 341 462 433

Kampus II
Jl. Erdiungan, Sutan, No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 283 (Hunting)
F. +62 341 282 900

Kampus III
Jl. Raya Tumpang, No 245 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 018 (Hunting)
F. +62 341 459 433
E. webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

S

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Achmad Adhi Nugroho
NIM : 202110040311326
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus pada akun instagram @trml.official)

Disetujui,
Pembimbing

Drs. Farid Rusman, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si




Kampus I
Jl. Banuwareh 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 251 252 (Hunting)
F. +62 341 400 435


Kampus II
Jl. Bendungan Siliam No 155 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 311 502 650

Kampus III
Jl. Raya Toemay No 740 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 403 835
E. wabmas@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Achmad Adhi nugroho
NIM	: 202110040311326
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 :
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus pada akun instagram @trml.official)**

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, 2 Juni 2026

Yang Menyatakan



Achmad Adhi Nugroho



UN-QA
STARS

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 251 252 (Hunting)
F. +62 341 860 135

Kampus II
Jl. Bendungan-Sutani No 158 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 597 663

Kampus III
Jl. Raya Tugomas No 746 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 652 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

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

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus pada akun instagram @trml.official)**

Oleh:

Nama : Achmad Adhi Nugroho

NIM : 202110040311326

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 2 Juni 2026

Pembimbing I/Promotor

Drs. Farid Rusman, M.Si

NIP. 10390090173



Kampus I
Jl. Babudan 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 251 252 (Hunting)
F. +62 341 860 435

Kampus II
Jl. Bondongan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 189 (Hunting)
F. +62 341 587 660

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 245 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 468 318 (Hunting)
F. +62 341 800 435
E. webmaster@umm.ac.id



TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Achmad Adhi Nugroho
NIM : 202110040311326

Hasil Plagiasi : $\frac{3}{6}$

BAB I	17			
BAB II	17			
BAB III	11			

BAB IV	2			
BAB V	1			
BAB VI	6			

Malang, 3 Juni 2026
Admin Plagiasi Prodi,

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Achmad Adhi Nugroho
2. NIM : 202110040311326
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus pada akun instagram @trml.official)
6. Pembimbing : Drs. Farid Rusman, M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
1 Maret 2024	Pengajuan Judul	
6 April 2024	Pengajuan BAB 1-3	
16 Juni 2024	ACC BAB 1-3	
21 Juni 2024	Seminar Proposal	
15 Desember 2025	Pengajuan BAB IV-VI	
13 April 2026	ACC BAB IV-VI	
22 April 2026	Seminar Hasil	

Malang, 2 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Drs. Farid Rusman, M.Si



Kampus I
Jl. Bahdalo 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 251 (Hunting)
F. +62 341 865 635


Kampus II
Jl. Pendidikan Sistem No. 118 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 145 (Hunting)
F. +62 311 587 000

Kampus III
Jl. Raya Topogonus No. 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 454 218 (Hunting)
F. +62 341 457 435
E. webmaster@um.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMAD YAHYI
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Rabu
Tanggal : 22 April 2026
Telah dilaksanakan Seminar Hasil Oleh :

1. Nama	: Achmad Adhi Nugroho
2. NIM	: 202110040311326
3. Jurusan	: Ilmu Komunikasi
4. Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi	: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus pada akun instagram @trml.official)
6. Dosen Pembimbing	: Drs. Farid Rusman, M.Si
7. Dosen Penguji	: Arum Martikasari, M.Med.Kom

Seminar Hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link :
<https://us06web.zoom.us/j/88076527651?pwd=eR28PyWXIjQOHwidOOALIVNsJKipbH.1>
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan 15 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS.

<p>Dosen Pembimbing</p>  <p>Drs. Farid Rusman, M.Si</p>	<p>Malang, 2 Juni 2026</p> <p>Dosen penguji</p>  <p>Arum Martikasari, M.Med.Kom</p>
--	---

Mengetahui,
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Banteng 1 Malang, Jawa Timur
P +62 341 591 252 (Hunting)
F +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sidani No 158 Malang, Jawa Timur
P +62 341 521 149 (Hunting)
F +62 341 589 050

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P +62 341 464 219 (Hunting)
F +62 341 460 415
E webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL

NO	NAMA	PROGRAM STUDI	INSTANSI
1.	Gianti Silahi	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
2.	Aulia Darren Ahsanie	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
3.	Ario Naldy Raffles S,Sam	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
4.	Cyntia Dewi	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
5.	Jabal Nur Fathi Rahmadi	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
6.	Aurelia Artha Mavena	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
7.	Farhan Ryffi Radithya	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
8.	Raflyanto Akbar Syahputro	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
9.	Muhammad Nur Fuadi	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
10.	Dio Rico	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
11.	Naura Nadifa Mustafa	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
12.	David Putra	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
13.	Ahmad Dzikwan El abid	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
14.	Aldebaran Prabheswara	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
15.	Resha Pramudya	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang



AN-PA

AN-PA

AN-PA

Kampus I
Jl. Sandiung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 835

Kampus II
Jl. Bendungan Sutan No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Togomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 450 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Achmad Adhi Nugroho, NIM 202110040311326, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Akun Instagram @trml.official).

Perkembangan media sosial mendorong pelaku usaha memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran untuk menyampaikan pesan promosi kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi push marketing pada akun Instagram @trml.official

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap admin media sosial @trml.official sebagai key informan utama, admin trml Society sebagai key informan kedua, serta pengguna produk trml sebagai informan pendukung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi push marketing pada akun Instagram @trml.official dilakukan melalui penyusunan pesan promosi, penggunaan konten Instagram, pemanfaatan influencer, serta penggunaan hashtag dan campaign untuk menyampaikan informasi produk kepada audiens. Strategi tersebut menghasilkan respons audiens berupa interaksi pada konten promosi dan ketertarikan terhadap produk yang dipromosikan.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Digital, Instagram, Media Sosial, *Push Marketing*, Trml .

Malang, 2 Juni 2026

Mengetahui

Penulis

Dosen Pembimbing



Dr. Farid Rusman M, Si



Achmad Adhi Nugroho

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan, kemudahan, dan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus pada Akun Instagram @trml.official)”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi selama proses penyusunan skripsi ini, di antaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Fauzik Lendriyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Farid Rusman, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang konstruktif dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi, sehingga penulis mampu menyelesaikan setiap tahapan penelitian dengan baik dan terarah.
5. Bapakku Tercinta, terimakasih karena telah mengajarkan segala hal jauh

sebelum penulis menempuh perguruan tinggi. Disaat lagi putus asanya penulis dalam mengerjakan skripsi ini ada bapak yang selalu mengingatkan dan memberi arahan hidup yang membuat penulis percaya lagi. Terimakasih karena sudah keras kepada anak-anaknya dalam dunia pendidikan yang membuat diriku menjadi mental baja dan setiap doa yang bapak panjatkan membuat semua yang membuat penulis susah diselesaikan menjadi gampang

6. Ibuku Tersayang, terimakasih telah menjadi rumah yang hangat dan tempat untuk bercerita disaat diriku sedang berkecil hati. Terimakasih karena membuat diriku menjadi seseorang yang selalu ingat dengan tanggung jawab dan rendah hati. Dari tangannya yang lembut, penulis belajar arti ketulusan. Dari air matanya, penulis memahami ada perjuangan yang tidak mudah dilalui. Dari doanya yang tak pernah putus, penulis mengenal cinta sejati yang tak bersyarat. Kala untuk mendeskripsikan beliau tidak cukup satu skripsi ini bahkan ribuan kertas tidak akan pernah bisa menceritakan makna dari kasih sayang, perjuangan dan pengorbanan yang beliau lakukan.
7. Kepada alm nenekku Tersayang, yang telah beristirahat untuk selamanya dan yang penulis rindukan. Kini cucumu sudah tumbuh dewasa. Mungkin langkah ini tak sempat beliau hadir dan ikut membimbing penulis selama masa studi penulis selama perkuliahan
8. Kepada Aurelia Artha Mavena, yang telah hadir dan menemani perjalanan penulis sejak tahun 2022 hingga akhir masa perkuliahan. Terima kasih atas segala dukungan, kesabaran, perhatian, serta kehadiran yang selalu menjadi ruang pulang di tengah proses panjang penyusunan skripsi ini. Dalam berbagai situasi, baik ketika penulis berada pada titik lelah maupun kehilangan arah, kehadiranmu menjadi salah satu alasan bagi penulis untuk tetap bertahan dan menyelesaikan perjalanan ini dengan baik. Terima kasih karena telah menjadi pendengar yang baik, tempat berbagi cerita, sekaligus sosok yang selalu

percaya pada kemampuan penulis bahkan ketika penulis meragukan dirinya sendiri. Banyak proses dalam kehidupan perkuliahan yang terasa lebih ringan karena ditemani oleh doa, dukungan, dan ketulusanmu. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi bagian dari cerita yang akan selalu penulis ingat dengan penuh rasa syukur.

9. Kepada teman seperjuangan selama proses penyusunan skripsi ini, aldo dan hans. penulis mengucapkan banyak terimakasih karena tanpa candaan mereka masa masa skripsi ini kurang berwarna. Terimakasih juga karena kalian mengajarkan banyak hal kepada penulis selama berkuliah disini
10. Kepada rekan kerja di Cafe Lupa Lelah , saya ingin berterima kasih juga karena mereka selalu mendorong saya untuk cepat menyelesaikan studi dan dukungan mereka terhadap penulis sangat berarti.
11. Dan juga teman teman yang tidak bisa saya sebutkan satu satu namanya, penulis ingin berterima kasih karena telah hadir dalam mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Apresiasi sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri, Achmad Adhi Nugroho yang sudah sampai dititik ini meski banyak yang harus dilewati. Setiap langkah yang ditempuh memberikan pengalaman berharga, mulai dari memahami teori, mengumpulkan data, hingga menyusun analisis secara sistematis. Semua itu menjadi bagian dari proses pendewasaan dalam berpikir, bersikap, dan bertanggung jawab terhadap apa yang telah di

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR KETERANGAN LULUS	ii
SURAT KETERANGAN SIAP UJI.....	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	v
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	vi
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	iii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	iv
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I.....	22
PENDAHULUAN.....	22
1.1 Latar Belakang Masalah	22
1.2 Rumusan Masalah.....	24
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Manfaat penelitian	24
BAB II	25
TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	25
2.1.1 Komunikasi secara umum	25
2.1.2 Definisi Komunikasi	26
2.1.3 Bidang Bidang Komunikasi	27
2.1.4 Komunikasi Pemasaran.....	28
2.2 Komunikasi Pemasaran Digital.....	29
2.3 Macam – Macam Program Komunikasi Pemasaran	32

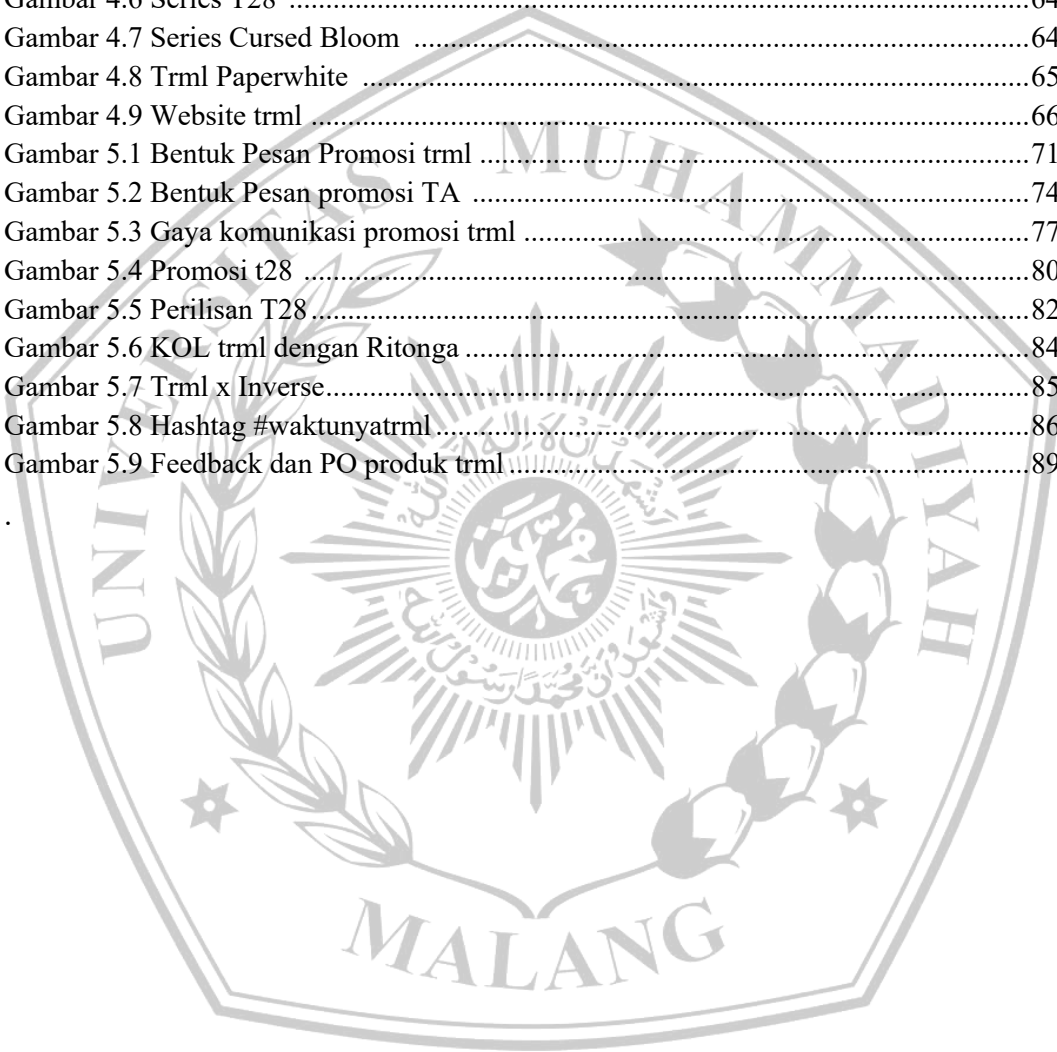
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran	37
2.5 Penelitian Terdahulu	39
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
3.1 Pendekatan Penelitian	46
3.2 Tipe Penelitian	47
3.3 Informan Penelitian.....	47
3.4 Ruang Lingkup Objek Penelitian.....	49
3.5 Sumber Data.....	49
3.6 Sumber Data Penelitian.....	50
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.8 Teknik Analisis Data.....	52
3.9 Uji Keabsahan Data	53
BAB IV	56
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	56
4.1 Sejarah Akun Instagram @trml.official.....	56
4.2 Visi dan Misi TRML.....	57
4.3 Karakteristik Konten Akun Instagram @trml.official.....	58
4.4 Kolaborasi dengan Influencer dan TRML	59
4.5 Partisipasi TRML dalam Vape Fair	60
4.6 Komunitas TRML di Media Sosial Instagram.....	61
4.7 Series TRML	63
4.8 Website TRML.....	65
BAB V.....	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
5.1 Profil Informan Penelitian	67
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB VI.....	92
PENUTUP.....	92
6.1 Kesimpulan	92
6.2 Saran	92
6.2.1 Saran Akademik.....	92
6.2.2 Saran Praktis.....	92

6.1.3 Saran Penelitian Lanjutan	93
DAFTAR PUSTAKA	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil akun Instagram @trml.official	57
Gambar 4.2 Poster trml x inverse	60
Gambar 4.3 Profil Instagram @trmlmalang	62
Gambar 4.4 Profil Instagram @trml.bogor	61
Gambar 4.5 Profil Instagram @trml.era	63
Gambar 4.6 Series T28	64
Gambar 4.7 Series Cursed Bloom	64
Gambar 4.8 Trml Paperwhite	65
Gambar 4.9 Website trml	66
Gambar 5.1 Bentuk Pesan Promosi trml	71
Gambar 5.2 Bentuk Pesan promosi TA	74
Gambar 5.3 Gaya komunikasi promosi trml	77
Gambar 5.4 Promosi t28	80
Gambar 5.5 Perilisan T28	82
Gambar 5.6 KOL trml dengan Ritonga	84
Gambar 5.7 Trml x Inverse	85
Gambar 5.8 Hashtag #waktunyatrml	86
Gambar 5.9 Feedback dan PO produk trml	89



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 5.1 Profil Informan Penelitian	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	96
Lampiran 2	107
Lampiran 3	120



DAFTAR PUSTAKA

- Adelia. (2022). Pengaruh Promosi Akun Media Sosial CGV terhadap Minat Menonton Followers di Instagram. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 316–325. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i2.127>
- Adilla, P., & Hendratmoko, C. (n.d.). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBLIAN BARANG THRIFT MELALUI INSTAGRAM DI SOLO RAYA*.
- Alviera, E., & Aulia, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial @Lasolange_ di Instagram. *Jurnal Publish*, 62(1), 1–123.
- Andi Aldin Alafghani Sofyan, & Dadan Mulyana. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 9–14. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v4i1.3640>
- Andrianus. (2024). *Cavin Andrianus, Farid Rusdi: Analisis Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram @Hyundai.Aristagroup Analisis Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram @Hyundai.Aristagroup*.
- Chandra, T. A. (2024). Komunikasi Pemasaran Perusahaan Otomotif Mobil Melalui Penggunaan Media Digital (Studi Kasus pada Tujuh Merek Passenger Car di Indonesia). *Jurnal Global Ilmiah*, 1(6).
- Jailani, M. S. (2017). *PRIMARY EDUCATION JOURNAL (PEJ) PEJ*, 4 (2), Desember 2020 *MEMBANGUN KEPERCAYAAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF*. 36363. <http://pej.ftk.uinjambi.ac.id/index.php/PEJ/index>
- Lutfy, A. (2023). "Meraih Keunggulan Bidang Ilmu Sosial dan Politik KOMUNIKASI PEMASARAN VAPENOID_JAKTIM MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)*, 1.
- Pane Haqiqi. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Cahaya Kembar Jaya dalam Meningkatkan Penumpang dalam Presepsi IMC (Intergrated Marketing Communication). *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 8(2), 1–12. <https://doi.org/10.22437/jssh.v8i2.36647>
- Pricilla, C., Adriani, V., & Utomo, A. G. (2023). Innovative Brand Awareness Strategies: Push, Pull & Pass Marketing in Indonesian Fashion. *Journal of Communication & Public Relations*, 2(2), 58–79. <https://doi.org/10.37535/105002220244>
- Raden, I., Lampung, I., & Id, M. C. (2015). Evaluasi CSE-UCLA pada Studi Proses Pembelajaran Matematika Siska Andriani. In *Jurnal Pendidikan Matematika* (Vol. 6, Number 2).
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK FAIR N PINK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM: Direview*.

- Rasyad. (2021). Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Pemasaran: Analisis Efektivitas dan Implementasi The Role of Social Media in Marketing Communication Strategies: Effectiveness and Implementation Analysis. In *Business and Management Science Journal* (Vol. 1, Number 1). <https://mahesacenter.org/ebmsjournal@gmail.com> | <https://journal.mahesacenter.org/index.php/ebmsj>
- Setiawati (2020). (2020). Analisis Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram @Hyundai.Aristagroup. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Winarno, K. O., & Indrawati, I. (2022). IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON PURCHASE INTENTION. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.15>
- Yunita. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>

