

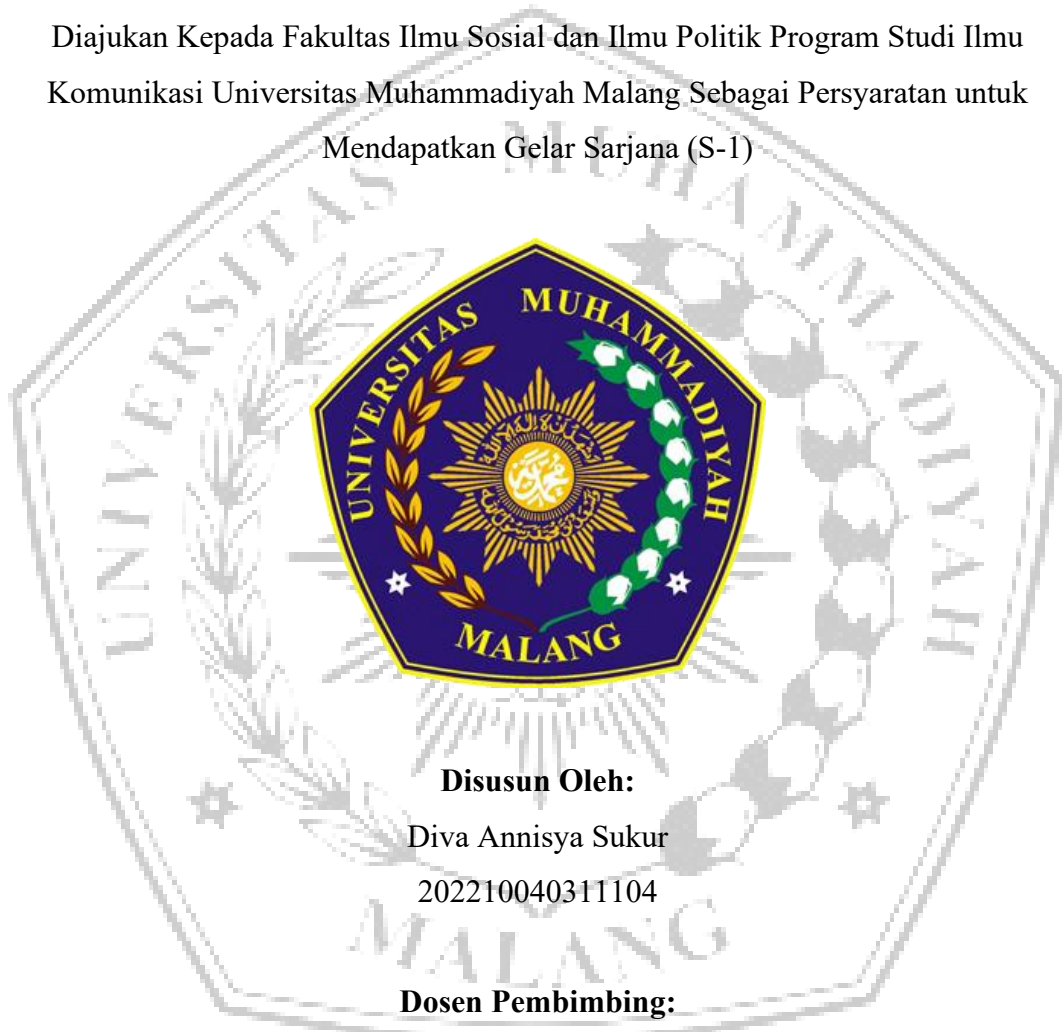
202210040311104
Diva Annisya Sukur
Prodi Ilmu Komunikasi

**PENERAPAN *THREE WAYS STRATEGY* DALAM KONTEN PROMOSI
PRODUK *FOREVER STAY COMFORT LIP GLAZE* MELALUI
PLATFORM INSTAGRAM**

(Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethincofficial)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu
Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Sebagai Persyaratan untuk
Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Disusun Oleh:

Diva Annisya Sukur

202210040311104

Dosen Pembimbing:

Dr Joko Susilo, S.Sos., M.Si

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

2026

LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN *THREE WAYS STRATEGY* DALAM KONTEN PROMOSI
PRODUK *FOREVER STAY COMFORT LIP GLAZE* MELALUI
PLATFORM INSTAGRAM
(Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethincofficial)**

Diajukan Oleh :

DIVA ANNISYA SUKUR
202210040311104

Telah disetujui
Rabu / 1 April 2026

Pembimbing I




Dr. Joko Susilo, M.Si.

Wakil Dekan I



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR KETERANGAN LULUS

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Diva Annisya Sukur
202210040311104

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S I) Ilmu Komunikasi
Rabu, 1 April 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Budi Suprpto, Ph.D.** ()
2. **Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.** ()
3. **Dr. Joko Susilo, M. Si** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Joko Susilo, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Diva Annisya Sukur
NIM : 202210040311104
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Penerapan Three Ways Strategy dalam Konten Promosi Produk Forever Stay Comfort Lip Glaze melalui Platform Instagram (Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethincofficial)

Disetujui,
Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I

Jl. Durotung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 469 435

Kampus II

Jl. Dendurungan Kidani No 100 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 020

Kampus III

Jl. Raya Thoyusua No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 424 319 (Hunting)
F. +62 341 469 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/II/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Diva Annisya Sukur
No. Induk Mahasiswa	: 202210040311104
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Penerapan Three Ways Strategy dalam Konten Promosi Produk Forever Stay Comfort Lip Glaze melalui Platform Instagram (Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethincofficial)

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

Malang, 7 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.








Kampus I
Jl. Buntari I Malang, Jawa Timur
T: +62 341 531 252 (Hunting)
F: +62 341 660 435

Kampus II
Jl. Bembungan Sukesi No 158 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 531 144 (Hunting)
F: +62 341 660 690

Kampus III
Jl. Raya Tloponan No. 240 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 404 378 (Hunting)
F: +62 341 400 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/II/2026			
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:			
	NAMA : Diva Annisya Sukur NIM : 202210040311104 Program Studi : Ilmu Komunikasi			
	Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan BEBAS KULIAH			
	Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.			
	Malang, 7 Februari 2026			
	Ketua Program Studi			
				
	Novin Farid Styo Wibowo, M.Si			
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bojonegara I Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 412 (Pondok) F. +62 341 560 438</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Suci No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 140 (Hunting) F. +62 341 560 004</td><td>Kampus III Jl. Raya Tugiwana No 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 404 318 (Hunting) F. +62 341 401 433 E. webmaster@umma.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bojonegara I Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 412 (Pondok) F. +62 341 560 438	Kampus II Jl. Bendungan Suci No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 140 (Hunting) F. +62 341 560 004	Kampus III Jl. Raya Tugiwana No 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 404 318 (Hunting) F. +62 341 401 433 E. webmaster@umma.ac.id
Kampus I Jl. Bojonegara I Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 412 (Pondok) F. +62 341 560 438	Kampus II Jl. Bendungan Suci No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 140 (Hunting) F. +62 341 560 004	Kampus III Jl. Raya Tugiwana No 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 404 318 (Hunting) F. +62 341 401 433 E. webmaster@umma.ac.id		

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Diva Annisya Sukur
NIM : 202210040311104
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 "Penerapan Three Ways Strategy dalam Konten Promosi Produk Forever Stay Comfort Lip Glaze melalui Platform Instagram (Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethinofficial)" 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, 7 Februari 2026

Yang Menyatakan,


Diva Annisya Sukur



Kampus I : Jl. Sekeloa Selatan I No. 1 Malang
P. 02 341 551 253 (Hunting)
F. 02 341 160 535

Kampus II : Jl. Dharma Jaya No. 168 Malang Jawa Timur
P. 02 341 507 142 (Hunting)
F. 02 341 582 600

Kampus III : Jl. Pahlawan No. 246 Malang Jawa Timur
P. 02 341 424 213 (Hunting)
F. 02 341 424 213
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

SKRIPSI/ESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

PENERAPAN *THREE WAYS STRATEGY* DALAM KONTEN PROMOSI PRODUK
FOREVER STAY COMFORT LIP GLAZE MELALUI PLATFORM INSTAGRAM
(Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethincofficial)

Oleh:

Nama : Diva Annisya Sukur

NIM : 202210040311104

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

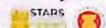
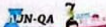
Menyetujui,

Malang, 7 Februari 2026

Pembimbing I/Promotor

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.

NIP. 10397090342

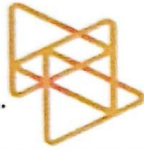


Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Dendurung Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 587 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

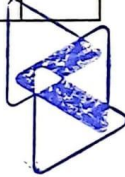
Nama : Diva Annisya Sukur
NIM : 202210040311104

Hasil Plagiasi : 11/2 19/2 20/2

BAB I	32	24	22	16
BAB II	22	13		
BAB III	19			

11/2

BAB IV	2			
BAB V	0			
BAB VI	2			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Admin Plagiasi Prodi
Malang, 20 Februari 2026

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Diva Annisya Sukur
2. NIM : 202210040311104
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Penerapan Three Ways Strategy dalam Konten Promosi Produk Forever Stay Comfort Lip Glaze melalui Platform Instagram (Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethincofficial)
6. Pembimbing : Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
24 Maret 2025	Pengajuan judul dan poin-poin BAB I-III	
16 April 2025	Melanjutkan proposal skripsi BAB I-III	
10 Mei 2025	ACC proposal skripsi BAB I-III	
24 Mei 2025	Seminar proposal	
31 Mei 2025	Revisi proposal skripsi	
19 November 2025	Melanjutkan skripsi BAB IV-V	
27 November 2025	Melanjutkan skripsi BAB VI	
27 Desember 2025	Seminar hasil	
1 Januari 2026	Revisi skripsi BAB I-VI	

Malang, 7 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.



Kampus I
Jl. Bundares 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 860 135

Kampus II
Jl. Denduran Fatmahan No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 921 139 (Hunting)
F. +62 341 682 009

Kampus III
Jl. Raya Thajastus No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 319 (Hunting)
F. +62 341 403 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Pada hari Sabtu, 27 Desember 2025

Pukul 10.00 WIB

Telah dilaksanakan seminar hasil oleh:



1. Nama : Diva Annisya Sukur
2. NIM : 202210040311104
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Penerapan Three Ways Strategy dalam Konten Promosi Produk Forever Stay Comfort Lip Glaze melalui Platform Instagram (Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethincofficial)
6. Pembimbing : Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.
7. Penguji : Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si.

Malang, 7 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si.

Mengetahui,
Kapropdi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.



Kampus I
Jl. Panteran 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 531 203 (Malang)
F. +62 341 409 435

Kampus II
Jl. Bendungan Gubani No 168 Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Malang)
F. +62 341 562 000

Kampus III
Jl. Raya Thajemas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 364 319 (Malang)
F. +62 341 409 435
E. webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Program Studi
1.	Rahma Luchita Dewi	202210040311495	Ilmu Komunikasi
2.	Ghinaa Naailah Arif	202210040311469	Ilmu Komunikasi
3.	Lulu Thalia Sumarno	202210040311172	Ilmu Komunikasi
4.	Danu Tirta Jaya	202210040311072	Ilmu Komunikasi
5.	Nashwa Kayla Erika Putri	202210040311081	Ilmu Komunikasi
6.	Mila Varistin	202210040311060	Ilmu Komunikasi
7.	Gina Fatmala	202210040311478	Ilmu Komunikasi
8.	Sheril Ajeng Vriliana	202210040311119	Ilmu Komunikasi
9.	Niko Hardiyanto	202210040311058	Ilmu Komunikasi
10.	Yoga Pratama	202210040311053	Ilmu Komunikasi
11.	Nazwa Naura	202210040311086	Ilmu Komunikasi
12.	Faradina Elzada Putri	202210040311057	Ilmu Komunikasi
13.	Rani Rahma Dewi	202210040311462	Ilmu Komunikasi
14.	Vickey Wahyuneng Tiyas	202210040311102	Ilmu Komunikasi
15.	Soraya Maharanie Rachfi	202210040311076	Ilmu Komunikasi

Malang, 7 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.

Dosen Penguji

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si.

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Durotung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 400 135

Kampus II
Jl. Bendungan Cutani No 188 Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 562 009

Kampus III
Jl. Raya Tugjanas No 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@umma.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Diva Annisya Sukur, NIM 202210040311104, Penerapan *Three Ways Strategy* dalam Konten Promosi Produk *Forever Stay Comfort Lip Glaze* melalui Platform Instagram (Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethincofficial).

Dosen Pembimbing: Dr Joko Susilo, S.Sos., M.Si

Kata kunci: Strategi komunikasi pemasaran, *Three Ways Strategy*, Instagram, Konten promosi, Somethinc.

Perkembangan teknologi digital mendorong *brand* untuk menggunakan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial, salah satunya yaitu Instagram yang dinilai efektif dalam menjangkau konsumen secara lebih luas. Somethinc sebagai brand kecantikan lokal yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk mempromosikan produk terbarunya yaitu *Forever Stay Comfort Lip Glaze* melalui berbagai konten promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi pemasaran *Three Ways Strategy* yang meliputi *pull strategy*, *push strategy*, dan *pass strategy* dalam konten promosi produk *Forever Stay Comfort Lip Glaze* di akun Instagram @somethincofficial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan metode analisis isi kualitatif. Kerangka teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Three Ways Strategy* menurut Thomas L. Harris. Data diperoleh melalui dokumentasi konten Instagram berupa foto, video *reels*, dan *caption* yang diunggah pada periode 18 Februari hingga 3 Maret 2025 serta studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Somethinc menerapkan *Three Ways Strategy* dengan *pull strategy* diwujudkan melalui konten informatif yang menonjolkan keunggulan, formula, serta hasil penggunaan produk. *Push strategy* terlihat dari konten penyampaian promo produk, diskon, dan ajakan pembelian langsung. Sementara itu, *pass strategy* diterapkan melalui kolaborasi dengan *brand ambassador* dan *beauty content creator* yang berperan dalam membangun kepercayaan serta citra positif produk *Forever Stay Comfort Lip Glaze*. Penerapan strategi ini dinilai mampu dalam memperkuat komunikasi pemasaran dan meningkatkan daya tarik produk di media sosial Instagram.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr Joko Susilo, S.Sos., M.Si

Malang, 5 Februari 2026

Peneliti



Diva Annisya Sukur

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, kesehatan, kekuatan, serta kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan *Three Ways Strategy* dalam Konten Promosi Produk *Forever Stay Comfort Lip Glaze* melalui Platform Instagram (Analisis Isi Kualitatif di Akun Instagram @somethincofficial)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Penyusunan skripsi ini tentunya bukanlah perjalanan yang singkat maupun mudah, melainkan melalui berbagai proses serta pembelajaran yang sangat berharga bagi penulis. Oleh karena itu, dengan penuh hormat dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Penulis mengucapkan syukur atas segala kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Tanpa izin dan pertolongan-Nya, proses penyusunan sampai penyelesaian artikel ini tidak akan berjalan sebagaimana mestinya.
2. Bapak Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si yang telah sabar membimbing, memberikan arahan, saran, dan kritik yang membangun, serta selalu meluangkan waktunya untuk membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Budi Suprpto, Ph.D dan Ibu Dr. Frida Kusumastuti, M.Si selaku dosen penguji penulis yang telah memberikan saran kritik bermanfaat bagi penulis dalam memperbaiki naskah skripsi.
4. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan semangat bagi penulis. Khususnya kepada mama ku tersayang terimakasih karena tidak pernah berhenti untuk selalu melantunkan doa bagi penulis. Terimakasih atas kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis.
5. Kedua saudari penulis, yang selalu memberikan keceriaan dan penyemangat dalam bentuk *jokes* yang sedikit aneh tapi menghibur.

6. Teman-teman semasa kuliah yang telah menemani perjalanan akademik penulis selama kurang lebih 4 tahun. Khususnya Sheril Ajeng, Hotgirls (Faradina Elzada, Nashwa Kayla, Nazwa Naura, Soraya Maharanie), Mila Varistin, dan Promedia (Rani, Dita, Tania, Niko). Terimakasih atas segala cerita suka dan duka, kerja sama, serta dukungan yang saling menguatkan dalam setiap proses penyelesaian studi. Sampai jumpa di lain kesempatan, semoga kita semua senantiasa diberikan kelancaran dalam setiap langkah ke depan.
7. Sahabat-sahabat penulis sejak SMP yaitu Aubala (Ima, Zahra, Asa, Laika, Diana, Isna, Salma, Ayu) yang tetap hadir, saling memberikan semangat, serta mendoakan satu sama lain hingga saat ini.
8. Seseorang yang sangat berarti bagi penulis, yang selalu hadir dengan dukungan, motivasi, perhatian, dan menjadi pendengar yang sabar dalam setiap keluh kesah, serta turut membantu penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih telah menemani dan menguatkan penulis dalam berbagai proses yang tidak selalu mudah selama penyusunan skripsi ini. Semoga ke depannya kita dapat terus saling mendukung, berjalan beriringan, dan bertumbuh bersama menjadi pribadi yang lebih baik.
9. Untuk diriku sendiri, yang telah berusaha bertahan, belajar dari setiap kesalahan, dan mau untuk terus melangkah meskipun tidak jarang dihadapkan dengan berbagai rintangan selama proses penyusunan skripsi. Terimakasih karena telah menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin, walaupun terkadang kamu masih meragukan dirimu sendiri tapi percayalah kamu pasti bisa dan akan selalu bisa.

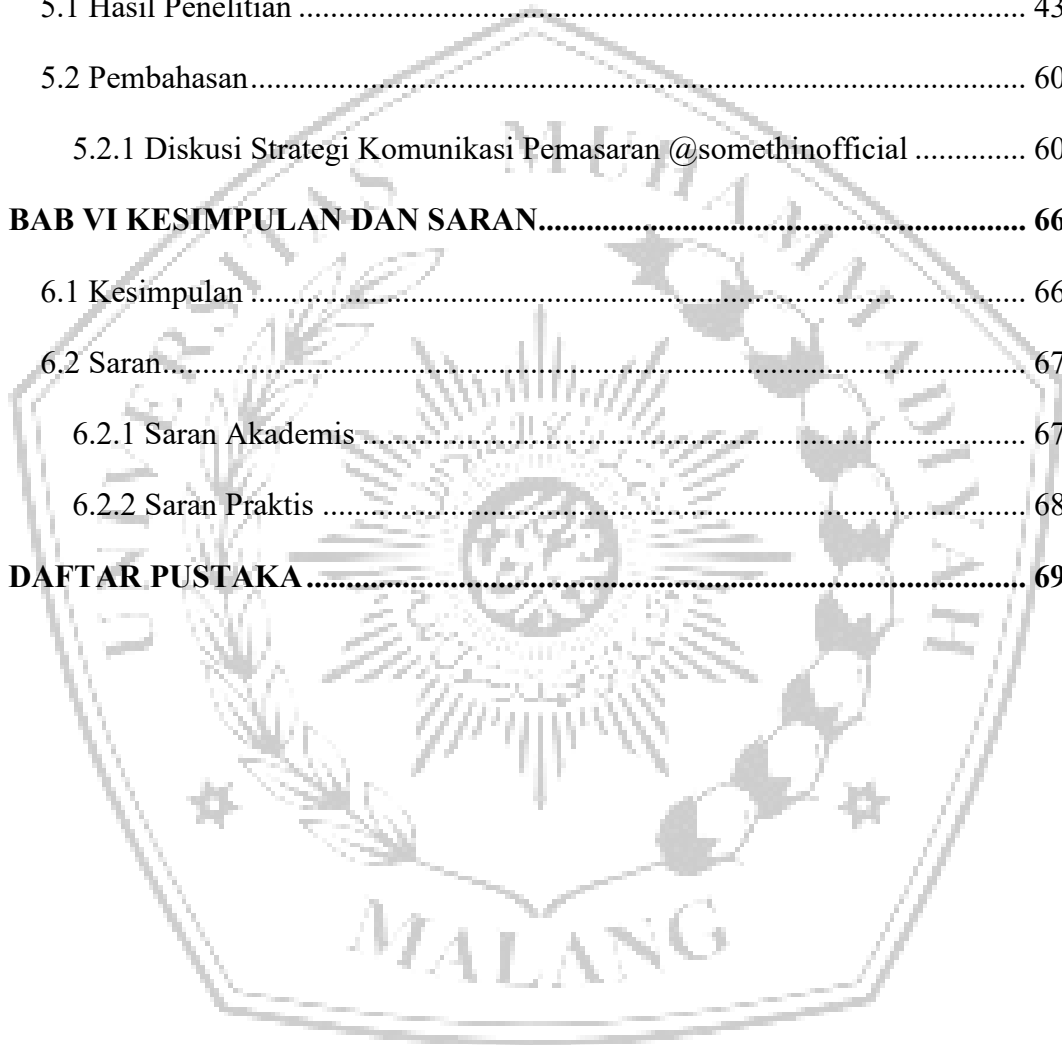
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam lingkup Ilmu Komunikasi.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR KETERANGAN LULUS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	viii
TANDA TERIMA PLAGIASI	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	xi
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Strategi Komunikasi.....	6
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Promotion Mix</i>)	9
2.4 Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran.....	12
2.4.1 Fungsi Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran	12
2.4.2 Karakteristik Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran..	13
2.4.3 Manfaat Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran	14
2.5 Instagram sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran.....	15
2.6 Penelitian Terdahulu	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian	21
3.2 Jenis Penelitian.....	21
3.3 Metode Penelitian.....	22
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.5 Sumber Data.....	23
3.5.1 Data Primer	23
3.5.2 Data Sekunder	24
3.6 Unit Analisis	24
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.8 Teknik Analisis Data.....	26
3.9 Keabsahan Data.....	27
3.10 Kategorisasi.....	27
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	30
4.1 Profil Brand Somethinc.....	30

4.2 Visi dan Misi Brand Somethinc	32
4.3 Profil Akun Instagram @somehincofficial	32
4.4 Hasil Temuan Data Penelitian.....	33
4.4.1 Sajian Data Konten @somehincofficial.....	34
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
5.1 Hasil Penelitian	43
5.2 Pembahasan.....	60
5.2.1 Diskusi Strategi Komunikasi Pemasaran @somehincofficial	60
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
6.1 Kesimpulan	66
6.2 Saran.....	67
6.2.1 Saran Akademis	67
6.2.2 Saran Praktis	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69



DAFTAR TABEL

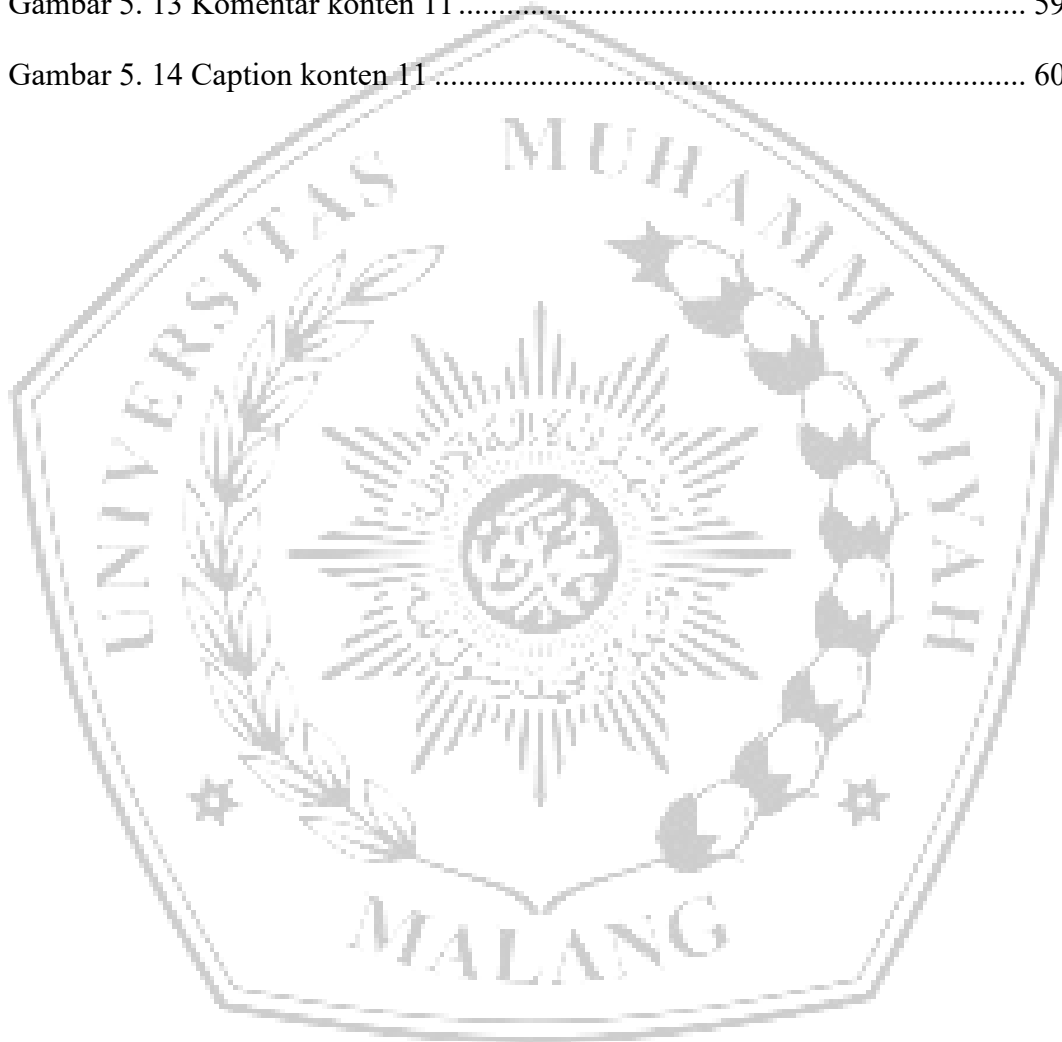
Tabel 1 Matriks Kategorisasi Three Ways Strategy	28
Tabel 2 Tabel klasifikasi postingan produk Forever Stay Comfort Lip Glaze	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Data pengguna instagram di Indonesia	18
Gambar 4. 1 Logo brand Somethinc	30
Gambar 4. 2 Akun Instagram @somethincofficial	32
Gambar 4. 3 Data konten @somethincofficial.....	35
Gambar 4. 4 Konten 18 Februari 2025.....	35
Gambar 4. 5 Konten 19 Februari 2025.....	36
Gambar 4. 6 Konten 20 Februari 2025.....	37
Gambar 4. 7 Konten 21 Februari 2025.....	37
Gambar 4. 8 Konten 22 Februari 2025.....	38
Gambar 4. 9 Konten 23 Februari 2025.....	39
Gambar 4. 10 Konten 24 Februari 2025	39
Gambar 4. 11 Konten 25 Februari 2025	40
Gambar 4. 12 Konten 26 Februari 2025	40
Gambar 4. 13 Konten 27 Februari 2025	41
Gambar 4. 14 Konten 28 Februari 2025	41
Gambar 4. 15 Konten 1 Maret 2025	42
Gambar 4. 16 Konten 3 Maret 2025	42
Gambar 5. 1 Konten Somethinc.....	45
Gambar 5. 2 Komentar konten 1	46
Gambar 5. 3 Komentar konten 3	47
Gambar 5. 4 Konten 4 Somethinc	48
Gambar 5. 5 Konten 4 Somethinc	49
Gambar 5. 6 Caption konten 7	50
Gambar 5. 7 Komentar konten 8	52

Gambar 5. 8 Konten Somethinc	53
Gambar 5. 9 Caption konten 5	54
Gambar 5. 10 Caption konten 13	56
Gambar 5. 11 Konten Somethinc	57
Gambar 5. 12 Caption konten 6	58
Gambar 5. 13 Komentar konten 11	59
Gambar 5. 14 Caption konten 11	60



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2018). Desain penelitian analisis isi (Content analysis). *Research Gate*, 5(9), 1-20.
- Ahmad, J. (2018). Desain penelitian analisis isi (Content analysis). *Jurnal Analisis Isi*.
- Alkadrie, S. A., & Wahyudi, F. A. (2020). Analisis Promotion Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kacamata Toko Optik Nasional Tanjung Hulu Pontianak Timur. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 5(1), 56-63.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176-182.
- Azwar, A. (2022). Perubahan Paradigma Penelitian Ilmu Komunikasi (Dari Paradigma Klasik Marxisme-Hegelian Menuju Paradigma Kritis Mazhab Frankfurt). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 237-246.
- Chatib, A., & Syakira, J. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK SKINCARE MELALUI PEMANFAATAN ISU LINGKUNGAN DI MEDIA SOSIAL (Studi pada Campaign# Butter4YourLips# Better4ThisIsland di Akun Instagram@ fromthisisland)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Damayanti, R. (2018). *DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.
- Darmawan, M. A., & Fachira, I. (2023). Relationship between promotion mix and brand awareness (case Study: dizayn). *International Journal of Current Science Research and Review*, 6(02).
- Dartiningsih, B. E. (2016). Gambaran Umum Lokasi, Subjek, Dan Objek Penelitian. *Buku Pendamping Bimbingan Skripsi*, 129

- Dipstrategy. (2025). *Statistik menarik industri digital di Indonesia tahun 2025*.
<https://dipstrategy.co.id/blog/statistik-menarik-industri-digital-di-indonesia-tahun-2025/>
- DWI, A. E. (2013). *"PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI"(Studi Deskriptif Mengenai Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada SMK Negeri 1 dan SMK Negeri 4 Surabaya)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Falaq, M. A. A., & Setiadi, T. (2023). Strategi Komunikasi Humas (Push, Pull dan Pass) Dalam Membangun Citra Perusahaan Pelindo Sub Regional Jawa. *The Commercio*, 7(1), 263-272.
- Fiisabilillah, A. F., Sugiana, D., & Trulline, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital melalui akun Instagram @Critoe_. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 184-203.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.
- Fitri, N. A. (2021, 21 Desember). *Ini Jurusan Merek Kecantikan Lokal Somethinc Perkuat Kepercayaan Konsumen*. Diakses pada 28 Oktober 2025, dari <https://industri.kontan.co.id/news/ini-jurus-merek-kecantikan-lokal-somethinc-perkuat-kepercayaan-konsumen>
- GoodStats. (2023, Mei 4). *Indonesia habiskan 188 menit per hari akses media sosial*. <https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtU1j>
- Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam”. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870-880.
- Kayla, N. H. (2024). *Penerapan Fitur Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT Tunas Toyota Cabang Cilegon* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA).
- Kelesbayev, D. N., Jazykbayeva, B. K., Ayazhanov, K. S., & Ersoy, A. E. (2018). Elements of Promotion Mix: Sales Promotion. *BUKETOV BUSINESS REVIEW*, 92(4), 138-144.

- Khasanah, I. (2019). Strategi komunikasi pemasaran lasagna Larise Dalam meningkatkan penjualan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 85-99.
- KumparanWoman. (2022, 15 Maret). *Bincang Karier dengan Irene Ursula, Sosok di Balik Brand Kecantikan Somethinc*. Diakses pada 28 Oktober 2025, dari <https://kumparan.com/kumparanwoman/bincang-karier-dengan-irene-ursula-sosok-di-balik-brand-kecantikan-somethinc-1xgWY9kmA6Z/full>
- Machmud, M. (2016). Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah. *Research Report*.
- Maulidasari, C. D., & Hidayat, M. R. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 3(2).
- NapoleonCat. (2025, April). *Instagram users in Indonesia – April 2025*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/04/>
- Nursatyo, N., & Rosliani, D. (2018). Strategi komunikasi pemasaran digital situs pembanding harga Telunjuk. com. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46-67.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *Profesi Humas*, 3(1), 1-20.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.
- Paperblog. (2022, 23 Agustus). *Somethinc, Merek Kosmetik yang Mengguncang Pasar Indonesia*. Diakses pada 28 Oktober 2025, dari <https://www.paper.id/blog/berita-id/somethinc-produk-kosmetik-ternama-yang-mengguncang-pasar-indonesia/#:~:text=pengikut%20media%20sosial,-,Sejarah%20awal%20Somethinc,di%2081%20kota%20di%20Indonesia.>
- Permana, E., Eka Putri, R. S., Alfinda, P. D., & Mardhiyah, M. (2024). Strategi pemasaran produk skincare Somethinc di kalangan generasi Z. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(2), 119-135.

- Permata, J. KONSEP DASAR, TUJUAN DAN PARADIGMA PENELITIAN.
- Pratama, B. I., Anggraini, C., Pratama, M. R., Illahi, A. K., & Ari, D. P. S. (2021). *Metode analisis isi (Metode penelitian populer ilmu-ilmu sosial)*. Unisma Press.
- Pricilla, C., Adriani, V., & Utomo, A. G. (2023). Innovative Brand Awareness Strategies: Push, Pull & Pass Marketing in Indonesian Fashion. *Journal of Communication and Public Relations*, 2(2), 58-79.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Putra, M. D. T. D., & Rocmaniah, A. (2024). Menganalisis Pesan Perawatan Lingkungan di Instagram@ ecoton. id. *Jurnal Lingkungan Kebumihan Indonesia*, 1(2).
- Raffi, M., & Dianita, I. A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran @NinetySixvintages Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 50-63.
- Rafiky, I., Novarika, W., & Sibuea, S. R. (2025). Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT (Strengths Weaknesses Opportunity Threats) untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Tahu Desa Tanah Rendah Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 3(3), 328-347.
- Rahmawati, S. A., Setianti, Y., & Lukman, S. (2019). Strategi Marketing Public Relations Checo Café Resto. *Jurnal Komunikatif*, 8(1), 1-22.
- Rauf, A., Manullang, S. O., PS, T. E. A., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., ... & Yahawi, S. H. (2021). *Digital marketing: Konsep dan strategi* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Risnita, R. (2024). Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian. *Jurnal Genta Mulia*, 15(1), 82-92.

Sains, J., & Indonesia, P. (2021). SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN DIGITAL MARKETING: Vol.

Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.

Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). Promosi melalui sosial media, brand awareness, purchase intention pada produk sepatu olahraga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 47-52.

Shaseria, A., Syarah, M. M., & Herman, H. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran pada Instagram (@ value. consult) dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(4), 13-13.

Somethinc.com. (2025). *About Somethinc*. Diakses pada 28 Oktober 2025, dari <https://somethinc.com/id/>

Sonani, N., & Sudrajat, A. P. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).

StyleDoubler. (2025). *Somethinc*. Diakses pada 28 Oktober 2025, dari <https://www.styledoubler.com/case/somethinc/>

Sulianta, F. SWOT Analysis: Pengertian, Tujuan, dan Cara Praktis Mempraktekkannya.

Sunarsi, D. (2024). SWOT Teori, Implementasi, Strategy.

Susanto, S. H., & Wisudawaty, H. (2024). Analysis of Marketing Public Relations Strategies in Increasing Competitiveness. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(4), 456-466.

Susilawati, A. D., & Solehatun, F. (2023). Peran Influencer Dan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Pada Suatu Brand. *ANALISIS*, 13(1), 52-64.

Wahidmurni, W. (2017). Pemaparan metode penelitian kualitatif.

Wahyudi, A. E. A., & Melinda, T. (2018). THE EFFECTS OF PROMOTION MIX ON CUSTOMERS'BUYING DECISION. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 7(2), 63-70.

Yogama, W. O. (2024, 26 September). *Siapa Owner Somethinc? Ini Profil dan Perjalanan Karirnya*. Diakses pada 28 Oktober 2025, dari <https://www.idntimes.com/business/economy/siapa-owner-somethinc-00-qftxr-yxh7pj>

