

**PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN JASA MAKE UP ARTIST
(STUDI PADA AKUN INSTAGRAM HAFIZARIZKHA_MAKEUP)**

ABSTRAK

Nida Tsania¹, Husnurrofiq², Abdul Kadir³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 18310671

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1105036201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1116066502

Email: nidatsania083@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) peran Instagram terhadap Peningkatan Penjualan Jasa *Make Up Artist* melalui Instagram Hafizarizkha_makeup, (2) mengetahui kegiatan promosi dan konten apa saja yang dilakukan Hafizarizkha_makeup dalam akun media sosial Instagram serta mengetahui strategi penjualan yang dilakukan.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif dengan bantuan wawancara untuk instrumen pengumpulan datanya.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa peran Instagram terhadap Peningkatan Penjualan Jasa *Make Up Artist* di akun Instagram Hafizarizkha_makeup menunjukkan hasil yang signifikan positif. Ini membuktikan bahwa peran Instagram terhadap promosi dan pemasaran usaha jasa *Make Up Artist* sangat baik dalam peningkatan penjualan jasa.

Kata Kunci: Peran Instagram Terhadap Peningkatan Penjualan Jasa

ABSTRACT

Nida Tsania, 2022, The Role of Social Media in Increasing Service Sales Make Up Artist (Study on Hafizarizkha_makeup Instagram Account), Advisor I: Husnurrofiq, Advisor II: Abdul Kadir, MS

This study aims to examine: (1) the role of Instagram on Increase in Sales of Make Up Artist Services through Instagram Hafizarizkha_makeup, (2) knowing what promotional activities and content are being carried out Hafizarizkha_makeup in Instagram social media accounts and know the strategy sales made.

This study uses a qualitative research design with the help of interviews for the data collection instrument.

The results of this study state that the role of Instagram in Increase in Sales of Make Up Artist Services on Hafizarizkha_makeup's Instagram account showed a significantly positive result. This proves that the role of Instagram towards the promotion and marketing of the Make Up Artist service business, they are very good at increased sales of services.

Keywords: The Role of Instagram in Increasing Service Sales

- Online Shop, *Skripsi*: Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur
- CNN Indonesia. (2020). Cara Pakai Reels, Fitur Baru Instagram Pesaing TikTok
- CNN Indonesia. (2021). Tips Teknologi, Cara Membuat Feed Instagram Yang Bagus Dan Menarik
- Damayanti; Suprihati A. & Mediya D. (2018). Analisis Strategi E-Promotion Jasa MAKE-Up Artist Melalui Instagram (Studi Pada Chels Makeup artist di Bandar Lampung). *Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 2*, 101-111.
- Ilmi, Hesti F. (2018). Pengaruh Instagram, Reputasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Make-Up Artist By Glamour Dikalangan Mahasiswi Jember. *Skripsi*. Universitas Jember: Digital Repository Universitas Jember
- Indika, Deru S. & Cindy Jovita. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 25-32.
- Kotler, Philip & Kevin Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Keller. (2016). *Marketing Manajemen, 15th Edition*, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kusumamurti, M. D. (2019). Perancangan Publikasi Jasa Make Up Artist Dan Hairdo "Di Livia". *Jurnal Tugas Akhir*, 1-37.
- Latief, Nurahmah. (2019). Pengaruh Media sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada DP Store Makassar. *Skripsi*. Makassar: Universitas Negeri Makassar
- Moekijat. (2000). *Kamus Manajemen*. Bandung: Penerbit CV. Mandar maju.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Puspitarini, Dinda S. & Reni Nuraeni. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House) . *Jurnal Common Volume 3 Nomor 1*, 71-80.
- Suprayanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Tim Instagram Bussines. (2019). "Panduan Lengkap: Membuat Instagram Stories yang Seru dan Interaktif (online). (<https://bussines.instagram.com>). diakses tanggal 30 mei 2022
- Yazid. (2005). *Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)*. Yogyakarta: Ekonisa.