

# PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN RIAS PENGANTIN SALON AYU TANAH BUMBU

Teguh Prasetyo<sup>1</sup>, Sanusi<sup>2</sup>, M. Ali Wafa<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM17110136

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan MAB NIDN.0019056202

<sup>3</sup> Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan MAB NIDN.1113012016

Email : teguhprasetyo50@gmail.com

## ABSTRAK

Semakin berkembangnya internet yang semakin pesat maka penukaran informasi semakin cepat dan mudah, hal ini yang membuat masyarakat lebih cenderung berkomunikasi melalui internet, salah satunya media sosial Instagram. Instagram memiliki fitur yang berguna bagi komunikasi pemasaran, memiliki akun bisnis, dan memiliki kelemahan seperti konteksnya terbatas, kualitas unggahan menurun.

Tujuan Penelitian ini guna mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi pemasaran jasa tata rias pengantin salon ayu di Tanah Bumbu kota Batulicin, hambatan yang terbiasa dalam pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran, dan solusi yang bisa dilakukan dalam pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran.

Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif Data dikumpulkan dengan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi kepada Empat Orang informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran jasa tata rias pengantin di Kota Batulicin telah menghasilkan dampak yang baik bagi kegiatan komunikasi salon ayu Tanah Bumbu. Adapun hambatan dalam pemanfaatan Instagram adalah kurangnya ide dan persiapan dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran di Instagram. Solusi dari hambatan salon ayu ini akan memjenis tim guna mengelola akun Instagram mereka agar lebih giat lagi mempromosikan produk mereka. Guna itu salon ayu Tanah Bumbu memilih Instagram sebagai media komunikasi mereka.

*Kata kunci: Instagram @salonayu\_tanahbumbu, Media Komunikasi, jasa tata rias pengantin.*

## ABSTRACT

*The rapid development of the internet, the faster and easier information exchange, this makes people more likely to communicate through the internet, one of which is Instagram social media. Instagram has useful features for marketing communication, has a business account, and has drawbacks such as limited context, decreased upload quality.*

*The purpose of this research is to find out how the use of social media Instagram As a Communication Media marketing bridal makeup services salon ayu in Tanah Bumbu Batulicin city, obstacles contained in the use of Instagram as a medium of marketing communication, and solutions that can be done in the use of Instagram as a medium of marketing communication.*

*The research method uses a descriptive approach with qualitative research types Data collected by Observation, Interview, and Documentation to Four Informants.*

*The results showed that the use of Social Media Instagram as a medium of marketing communication services bridal makeup in Batulicin City has produced a good impact for the communication activities of salon ayu Tanah Bumbu. The obstacle in the utilization of Instagram is the lack of ideas and preparation in conducting marketing communication activities on Instagram. The solution to these salon barriers will be to form a team to manage their Instagram accounts to further promote their products. For that salon ayu Tanah Bumbu chose Instagram as their medium of communication.*

*Keywords: Instagram @salonayu\_tanahbumbu, Communication Media, bridal makeup services.*

## PENDAHULUAN

Instagram salah satu *social* media begitu diminati oleh masyarakat. Instagram mempunyai fitur-fitur yang menarik. Berbagai macam fitur yang tersedia di Instagram yang menjadi daya tarik tentunya adalah foto, video, dan fitur Instagram Story, dengan berbagai efek animasi yang tersedia dalam fitur tersebut. Berbagai fitur menarik yang tersedia pada Instagram, memberi kemudahan bagi para penggunanya, baik guna sekedar berbagi terkait aktivitas sehari-hari kepada pengguna lainnya, membagikan informasi, dan juga guna berbisnis.

Berhubungan pada penggunaan Instagram dengan hal berbisnis, Instagram bisa memberi kemudahan bagi para pelaku bisnis guna memasarkan dan mempromosikan produknya dan jasa melalui internet. *Social* media instagram bisa memberi kemudahan kepada kedua belah pihak, baik produsen maupun konsumen. Dengan adanya sosial media Instagram, para pelaku bisnis online yang dalam hal ini adalah pelaku usaha jasa tatarias pengantin bisa memanfaatkan media tersebut guna mempromosikan produk dan jasanya, sehingga bisa menjangkau masyarakat luas. Begitu pula dengan konsumen, sosial media Instagram bisa dimanfaatkan guna mencari referensi suatu produk barang atau jasa yang diinginkan.

Pasar bisnis di Indonesia khususnya yang bergerak di bidang jasa tatarias pengantin, saat ini juga tak lepas dari pemanfaatan Instagram. Berbagai riyasan dan model busananya, yang dipasarkan secara online. Tingkat persaingan yang ketat dalam bisnis di bidang jasa tatarias pengantin, menuntut para pelaku bisnis guna menciptakan riyasan dan busana yang cocok guna konsumen maka diperlukan tehnik dan juga skil yang baik sehingga bisa memuaskan dan menarik minat konsumen guna memakai jasanya.

Keberhasilan dalam bisnis di bidang jasa tatarias pengantin, bisa ditinjau dari beberapa aspek. Salah satunya adalah bagaimana strategi promosi dari pelaku bisnis tersebut. Dalam menjalankan atau memasarkan bisnisnya, promosi dan membangun brand(branding) tidak harus melalui media-media yang mahal. Promosi dengan cara yang efektif dan efisien cukup guna meningkatkan daya saing produk dan usaha.

Bisnis jasa tatarias pengantin yang saat ini tengah merebak di Indonesia, khususnya di Tanahbumbu, salah satunya adalah bisnis jasa tatarias pengantin. Para pelaku bisnis jasa tatarias pengantin, baik yang memasarkan jasanya dan busananya secara *online* maupun *offline*, menawarkan dan menjajakan jasanya berupa tatarias dan busana dengan harga yang menarik, tentu saja agar konsumen tertarik guna memakai jasan dan busananya. Adapun salah satu jasa tatarias pengantin, yang ada di Tanahbumbu yaitu pada akun sosial media Instagram pada akun @salonayu\_tanahbumbu

Salah satu jasa rias pengantin yang telah menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah @salonayu\_tanahbumbu. @salonayu\_tanahbumbu adalah jasa rias pengantin yang menawarkan riasan berupa rias pengantin dan busana pengantin dengan berbagai riasan adat dan moderen sehingga bisa menarik minat konsumen. Salonayu\_tanahbumbu sendiri beralamat di Jalan Transmigrasi plajau gang delima nor Rt. 008 No. 034 kel. Kampung baru kec. Simpang empat batulicin kab. Tanahbumbu. Adapun berbagai kelebihan dari salon ayu ialah:

1. Merupakan salah satu salon terlengkap di tanahbumbu
2. Memiliki kualitan kosmetik yang bagus dan aman bagi pelanggan
3. Memiliki followers yang banyak sehingga membuat mudah dalam mengkomunikasikan jasanya kepada pelanggan
4. Ownernya dan karyanya baik terhadap melayani pelanggan secara langsung maupun melalui media sosial Instagram.

Salon ayu ini telah diikuti oleh 5.307 ribu orang pengguna Instagram pada(15/03/2021) salon ayu tanahbumbu ini di dirikan oleh Ayudia Ningsih. Setelah didirikan salonayu\_tanahbumbu mereka telah menggunakan Instagram sebagai media promosinya. Namun selama ini akun Instagram

@salonayu\_tanahbumbu belum memanfaatkan dengan maksimal media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasarannya. Namun, akun Instagram @salonayu\_tanahbumbu terbilang cukup rajin memperbarui kontennya di Instagram, meskipun rajin memperbarui kontennya di Instagram, tetapi masih banyak konsumen yang belum mengetahui salonayu\_tanahbumbu diluar komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial Instagram, sehingga komunikasi pemasaran yang dilakukan di Instagram tidak meningkatkan pemakaian jasa @salonayu\_tanahbumbu secara signifikan dari penjelasan tersebut mendasari penulisan guna melakukan pendalaman dan penelitian berkaitan dengan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi pemasaran yang dilakukan oleh akun Instagram @salonayu\_tanahbumbu berbeda dari penelitian sebelumnya penelitian ini terfokus pada efektivitas media sosial Instagram sebagai media promosi pemasaran yang dilihat dari beberapa pesan bisa mengetahui perilaku konsumen dan apakah pesan yang dilakukan telah sampai kepada konsumen guna mengetahui apakah akun Instagram @salonayu\_tanahbumbu bisa menarik para konsumennya dan apakah pesan yang disampaikan tepat sasaran

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti bermaksud guna menemukan dan memahami bagaimana pemanfaatan jejaring sosial Instagram sebagai media promosi pemasaran yang dilakukan salonayu\_tanahbumbu secara lebih mendalam agar memperoleh jawaban dan makna dari permasalahannya.

Data ini merupakan data yang diperoleh dari observasi yang dilakukan oleh peneliti di lapangan dengan melakukan sebuah wawancara mendalam dengan para informan yaitu Ayudiah Ningsih sebagai (Owner salonayu\_tanahbumbu) dan juga 9 (sembilan) orang pelanggan (masyarakat) dibagi ke 3 (tiga) kelas diantaranya yaitu Minat Pribadi, Minat Bersama, dan Minat Rekomendasi. Itu adalah 3 (tiga) kelas atau kategori yang Yang nantinya bisa mewakili pelanggan lainnya dan subjek penelitian vital lainnya yang terkait dengan sasaran penelitian seperti *caption* atau *comment* pada akun sosial Instagram @salonayu\_tanahbumbu. Guna mencari Informan tersebut akan dilakukan dengan mewawancarai 9 orang *Follower* Atau Pelanggan yang mem *Folo* sosial media Instagram @salon\_ayutanahbumbu diantaranya adalah Nurdiah Fitriawati, Legina Setiowati Lestari, Kholida, Yetik Sertiasih, Atikah, Eka Farida Utama, Norma Puspita, Risma Riyati, dan Widiya Hapsari Data ini merupakan data yang di peroleh dari hasil studi pustaka, buku referensi, artikel, jurnal, internet, majalah, dan lain sebagainya. Bertujuan sebagai pendukung informasi-informasi yang terkait dengan penelitian, dengan pertimbangan data tersebut mampu menjadi penunjang fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga memperoleh tingkat validitasi data yang lebih baik. Metode Pengumpulan Data menggunakan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi

## **PEMBAHASAN**

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan media Internet dalam hal ini yaitu Instagram maka memungkinkan pengguna media guna meninjau potensi komunikasi pemasaran mereka yang sangat bagus dalam memanfaatkan media sosial khususnya instagram sebagai media komunikasi pemasaran produknya, seiring semakin berkembangnya pemakaian Internet. Dalam hal ini salon ayu pelaku usaha yang memanfaatkan jejaring sosial Instagram sebagai media komunikasi, memperoleh dampak positif yaitu adanya peningkatan jumlah penbisaan setelah menggunakan Instagram. Memang pada awalnya peningkatan yang signifikan kurang terasa namun semakin pesatnya perkembangan jejaring sosial maka potensi pasar yang cerah semakin bisa terlihat dengan jelas dengan cara memanfaatkan media sosial itu dengan baik dan benar. Hal ini bisa dikatakan bahwa dengan adanya

memanfaatkan jejaring sosial Instagram sebagai media komunikasi salon ayu, pelaku usaha telah memperoleh keuntungan atas penggunaan media sosial yang akan menjadi salah satu peluang yang cerah guna bisa mempromosikan produknya serta bisa bersaing dengan toko tata rias pengantin lainnya.

### **1. Membangun Hubungan**

keuntungan yang diperoleh karena memungkinkan adanya tingkat keterlibatan pelanggan yang tinggi. Dalam upaya membangun interaksi, pihak salon ayu telah memanfaatkan jejaring sosial Instagram sebagai media komunikasinya sehingga sangat besar kemungkinan terjalinnya interaksi antara pengguna Instagram dengan pihak salon ayu pada fitur komentar di sebuah postingan foto atau video yang dibagikan. Hal ini merupakan salah satu keuntungan yang diperoleh salon ayu, karena jejaring sosial Instagram memiliki kemampuan interaktif yang memungkinkan adanya keterlibatan interaksi antara pihak salon ayu dengan pengguna Instagram atau pelanggannya guna menjalin hubungan yang baik satu dengan yang lain. Bahwa hubungan pemasaran merupakan proses guna mengidentifikasi, membangun, memelihara, memperkuat, dan bila perlu menghentikan hubungan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan yang lain, dengan menguntungkan agar tujuan dari semua pihak yang terlibat terpenuhi, dilakukan dengan cara saling memberikan dan memenuhi janjinya. Hubungan komunikasi pemasaran juga merupakan suatu jenis komunikasi pemasaran yang berkembang dari pemasaran langsung, yang menekankan pada membangun hubungan dalam jangka waktu yang lebih lama dengan para pelanggan bukan hanya berfokus pada transaksi saja. Hubungan komunikasi pemasaran merupakan upaya pengenalan kepada setiap pelanggan secara lebih dekat, menciptakan komunikasi dua arah kepada konsumen atau pelanggan dan menjaga hubungan yang baik antara keduanya. Dari interaksi yang terjalin antara pihak salon ayu dengan pengguna lainnya.

### **2. Publisitas**

Sejumlah informasi tentang sasaran, barang, atau organisasi, yang disebarluaskan ke masyarakat luas melalui media tanpa dipungut biaya atau tanpa pengawas dari sponsor. Publisitas merupakan pelengkap yang begitu efektif bagi alat komunikasi yang lain seperti periklanan, personal selling, dan komunikasi promosi penjualan. Biasanya media bersedia mempublisitas suatu cerita apabila materinya dirasakan cukup menarik atau patut dijadikan sebuah berita.

Kreativitas yang menarik bisa mempengaruhi kunjungan ulang dan meningkatkan minat pengunjung situs terhadap perusahaan dan produknya. Pada jejaring sosial Instagram sebuah beranda akun merupakan tampilan utama dari akun tersebut karena memunculkan semua foto atau video yang pernah di upload. Maka dari itu agar sebuah beranda akun terlihat menarik oleh pengguna Instagram lain, foto atau video yang di upload juga harus bagus dan menarik agar menbisakan hasil yang maksimal.

Pihak salon ayu melakukan beberapa penataan *feeds* dan memilih beberapa *angle* yang bagus serta melakukan pengeditan yang tidak terlalu berlebihan. Maka dari itu pihak salon ayu mengupayakan adanya unsur kreativitas dalam postingan foto di akun jejaring sosial Instagram mereka agar bisa menarik perhatian para pengguna Instagram guna *follow* akun jejaring sosial Instagram atau bahkan menarik para pengguna Instagram guna memesan jasa tata rias pengantin salon ayu. Pada jejaring sosial Instagram juga tersedia fitur *editing* foto yang mana fitur itu apabila dimanfaatkan akan sangat praktis guna membuat sebuah foto terlihat menjadi menarik. Dari hal tersebut jejaring sosial Instagram bisa dikatakan telah memberi kemampuan atau kemudahan pada pihak salon ayu dalam menjalankan salah satu aktivitas komunikasi mereka yakni periklanan. Hal ini membuktikan bahwa kreatifitas unggahan dalam suatu akun instagram salah satunya akan mempengaruhi minat para pengguna Instagram terhadap produk yang telah di foto dan di unggah.

### 3. Promosi

Menurut Kotler(2009: 249) Promosi adalah bujukan yang ditujukan pada pelanggan guna membeli suatu produk. Komunikasi bisa dilakukan melalui program diskon ataupun menawarkan nilai tambah atau premi apabila pelanggan mau membeli produk tersebut.

Menurut Morissan(2010: 25-26) komunikasi penjualan secara umum bisa dibedakan menjadi dua bagian yaitu:

- 1) Komunikasi penjualan yang berorientasi kepada pelanggan. Komunikasi ini ditujukan kepada pengguna suatu barang atau jasa yang mencakup pemberian kupon, pemberian sampel produk, potongan harga, undian berhadiah, kontes dan sebagainya. Instrumen komunikasi semacam ini bisa menarik minat pelanggan guna membeli sehingga meningkatkan nilai penjualan perusahaan dalam jangka pendek.
- 2) Komunikasi penjualan yang berorientasi kepada perdagangan ditujukan kepada pihak-pihak yang menjadi perantara pemasaran(*marketing intermediaries*), yaitu: para pedagang eceran(*retailer*), pedagang besar dan distributor. Jenis-jenis komunikasi jenis ini antara lain berupa pemberian bantuan dana komunikasi, pengaturan, atau penyesuaian harga jual produk(*price deal*), kontes/kompetisi penjualan, pameran dagang dan sebagainya yang semuanya bertujuan guna mendorong pedagang guna mempersiapkan stok dan mengkomunikasikan produk bersangkutan.

Dalam hal komunikasi suatu produk pihak salon ayu memanfaatkan beberapa fitur dan beriklan di jejaring sosial Instagram sebagai akses informasi bagi para pengguna lain guna menbisakan informasi yang berkaitan dengan salon ayu. Menginformasikan tentang katalog produk salon ayu dengan menggunakan fitur instagram stories, Pihak salon ayu juga menggunakan fitur arroba “@salonayu\_tanahbumbu” yang apabila di klik maka bisa memberikan akses menuju beranda akun Instagram salon Ayu. Kemudian juga ada fitur hastag(#) yang ditambah kata kunci seperti #tatariaspengantin #salonayu #salontatariaspengantinindo #makeuppengantinindo, dll. Fitur hastag dengan tambahan kata kunci tersebut menjadi akses informasi bagi pengguna Instagram lain yang ingin mencari informasi sesuai dengan kata kunci yang dibuat oleh salon ayu Sebagai contoh, apabila ada seorang pengguna ingin mencari informasi berkaitan dengan tata rias salon ayu kemudian dia melakukan pencarian dengan hastag #salonayu\_tanahbumbu, maka postingan salon ayu yang juga menggunakan #salonayu\_tanahbumbu akan menjadi salah satu menu pilihan pengguna tersebut.

Pihak salon ayu yang telah memanfaatkan jejaring sosial Instagram sebagai media komunikasi merasa terbantu dengan adanya fitur-fitur yang disajikan oleh Instagram. Fitur- fitur tersebut memberikan kemudahan pada salon ayu dan bisa dijadikan sebagai akses informasi tentang salon ayu itu sendiri. Selain dengan memanfaatkan fitur fitur yang tersedia di instaram salon ayu tidak lupa juga memikat pelanggan dengan mengadakan *give away* atau diskon-diskon khusus guna memanjakan pelanggannya, dengan cara itu juga bisa membuat pelanggan tetap loyal terhadap salon ayu itu sendiri.

#### A. Pemanfatan media sosial Instagam sebagai media komunikasi pemasaran tata rias pengantin salon ayu tanah Bumbu

Jejaring sosial merupakan salah satu media baru yang muncul akibat perkembangan teknologi komunikasi dan sedang marak digunakan khalayak sebagai saluran berkomunikasi yang interaktif di zaman modern sekarang ini. Namun seiring berjalannya waktu, jejaring sosial tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi interaktif sesama teman atau kerabat, tetapi belakangan ini sedang marak digunakan oleh para pelaku usaha sebagai media komunikasi mereka. Hal itulah yang juga dilakukan oleh salon ayu sebagai pelaku usahan yang bergerak di bidang tata rias pengantin.

Dalam kegiatan komunikasi pemilihan media membutuhkan beberapa strategi. Tujuan dari strategi pemilihan media sosial itu sendiri adalah memilih media yang tepat guna kegiatan komunikasi dalam rangka membuat pelanggan menjadi tahu, paham, menentukan sikap dan membeli produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Adapun maksud dari media komunikasi sendiri menurut adalah saluran penyampaian pesan komersial kepada khalayak sasaran, media tersebut bisa berupa surat kabar, majalah, TV, radio, SMS, dan internet. Salon ayu sebagai pelaku usaha yang bergerak di bidang tata rias pengantin memilih jejaring sosial Instagram guna dimanfaatkan sebagai media komunikasi. Maka dari itu kiranya perlu guna diketahui alasan pemanfaatan jejaring sosial Instagram sebagai media komunikasi oleh salon ayu. Pemasaran media sosial menawarkan kesempatan besar guna pengusaha, usaha kecil, perusahaan menengah, dan perusahaan besar guna membangun merek mereka dan bisnis mereka. Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan salon ayu telah melakukan beberapa pemanfaatan komunikasi pemasaran di media sosial Instagram.

### **B. Hambatan Yang Terbisa Dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media komunikasi Pemasaran Tata Rias Pengantin salon Ayu Tanah Bumbu**

Didalam hasil penelitian diatas terbiasa ada beberapa hambatan yang membuat salon ayu memiliki hambatan dalam mempromosikan produk-produk mereka ke sosial media Instagram, diakibatkan kurangnya ide dan kesiapan mereka. Media sosial Instagram sebuah aplikasi yang sangat pesat perkembangannya dan sangat luas jangkauannya.

Kurangnya ide dan kesiapan salon ayu membuat para pelanggan kurang memperhatikan, sedikitnya unggahan yang mereka unggah ke sosial media Instagram membuat para pelanggan mereka menjadi bosan dan kurang memperhatikan akun sosial Instagram @salonayu\_tanahbumbu.

Ditambah lagi tidak ada daftar paket harga yang mereka unggah membuat para pelanggan yang memiliki uang pas-pasan. seperti yang akan dijelaskan oleh salah satu pelanggan salon ayu Yeti Setiarsih menjelaskan bahwa:

*”Pertamkali saya ingin memesan jasa tata rias pengantin di salon ayu saya melihat ke ke media sosial Instagram @salonayu\_tanahbumbu disana tidak ada daftar paket atau harga tata rias pengantin dan saya takut produknya mahal jadi saya urungkan niat saya memesan jasa tata rias pengantin salon ayu”(wawancara pada 16 Juni 2021)*

### **C. Solusi Yang Bisa Dilakukan Dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, salon ayu memiliki beberapa solusi dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran. Salon ayu memiliki rencana guna membuat postingan produk mereka dengan cara yang menarik, unik, dan kreatif yang sebagaimana akan disampaikan oleh owner Ayudia Ningsih selaku owner @salonayu\_tanahbumbu mengatakan bahwa:

*“Kami akan mencari solusi seperti memjenis tim kreatif yang mana nantinya akan memengang akun Instagram @salonayu\_tanahbumbu agar nantinya bisa lebih rajin lagi memosting produk-produk, komunikasi yang kami lakukan, daftar paket atau harga tata rias pengantin terbaru, dan diskon yang kami adakan”(wawancara pada 16 Juni 2021)*

Dan ditanggapi oleh Widya Hapsari Pelanggan salon ayu mengatakan bahwa

*“Saya sangat setuju dengan solusi yang diberikan oleh owner @salonayu\_tanahbumbu dengan adanya tim kreatif nantinya para pelanggan seperti saya biasa mengetahui apa kegiatan dan promosi yang dilakukan oleh salon Ayu”(wawancara pada 16 Juni 2021)*

Dengan adanya solusi yang dilakukan oleh owner @salonayu\_tanahbumbu sampaikan bisa membuat para pelanggan puas nantinya.

## **PENUTUP**

1. Salon ayu telah memanfaatkan jejaring sosial Instagram sebagai media komunikasi karena jejaring sosial Instagram telah membantu dalam kegiatan komunikasi salon ayu sebagai pelaku usaha dibidang salon tata rias pengantin dengan target pasar yang mereka inginkan, karena instagram dianggap lebih interaktif dan informatif.
2. Salon ayu memiliki beberapa hambatan dalam melakukan kegiatan komunikasi mempromosikan produk-produk mereka di media sosial Instagram yaitu kurangnya ide dan kesiapan mereka dalam melakukan kegiatan komunikasi mereka di media sosial Instagram.
3. Solusi dari *owner* @salonayu\_tanahbumbu dalam mengatasi hambatan adalah dengan cara dengan memjenis tim kreatif yang mana nantiya akan memengan akun Instagram @salonayu\_tanahbumbu agar nantinya bisa memosting foto model atau testi dari pelanggan mereka, dan komunikasi mereka.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2011. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Ardhi, Yudha. 2013. **Merancang Media Promosi Unik dan Menarik**. Yogyakarta: TAKA Publisher
- Bungin, Burhan. 2007. **Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya**. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Hermawan, Agus. 2012. **Komunikasi Pemasaran**. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kartiko Widi, Restu. 2010. **Asas Metodologi Penelitian**. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Kasali, Rhenald dkk. 2010. **Modul Kewirausahaan**. Jakarta: Penerbit Hikmah (PT Mizan Publika)
- Kotler Philip, Gary Armstrong.2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Penerbit Erlangga
- McQuail, Denis. 2011. **Teori Komunikasi Massa**. Jakarta: Salemba Humanika
- M Nisrina. 2015. **Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang**. Yogyakarta: Kobis.
- Moleong, 2015:6. **Pendekatan Metode Ilmiah**
- Morissan. 2010. Periklanan: **Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetakan Pertama**. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nasrullah, Rulli. 2016. **Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi**. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Puntoadi, Danis. 2011. **Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media**. Jakarta: PT. alex Komputindo
- Raiful Mudassir. *Bisnis.com*.2019 Moleong, 2015
- Shimp, Terence A. 2014. **Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi**. Jakarta: Salemba Empat
- Suherman, Eman. 2010. **Business Entrepreneur**. Bandung: ALFABETA

Sulaksana, Uyung. 2007. **Integrated Marketing Communications**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Sunyoto, Danang. 2013. **Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Yogyakarta : Graha Ilmu

Tim FISIP UNISKA, 2021. Panduan penulisan Skripsi

Winardi. 1992. **Promosi dan Reklame**. Bandung : Penerbit Mandar Maju