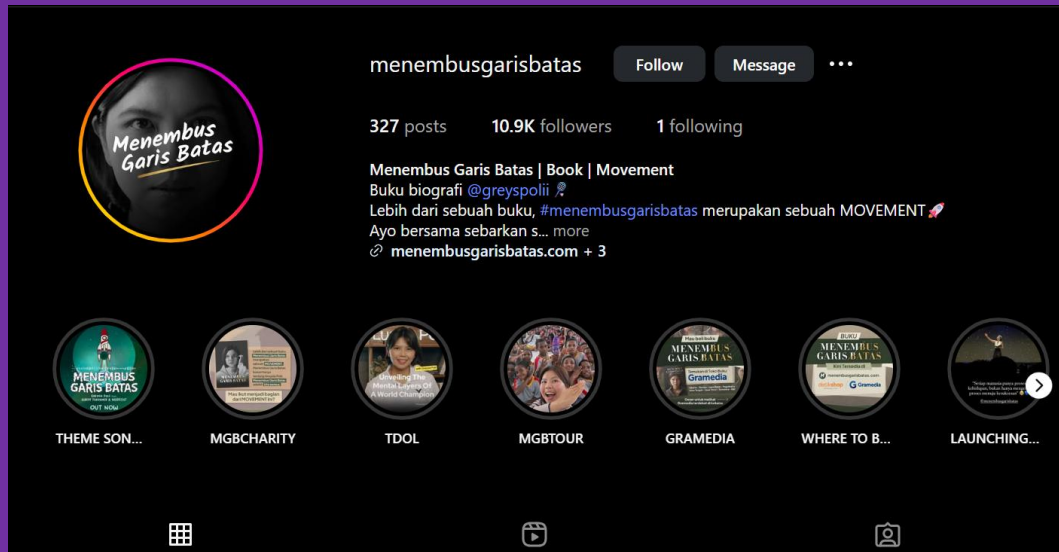




Judul Skripsi :

STRATEGI MEDIA SOSIAL MARKETING INSTAGRAM
@MENEMBUSGARISBATAS DALAM MENINGKATKAN PEMBELIAN
BUKU MENEMBUS GARIS BATAS

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi

Nama : Amanda Dwi Nurhaliza

NIM : 2110411291



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Amanda Dwi Nurhaliza

NIM : 2110411291

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Depok, 15 Juni 2025

Yang Membuat,

A colorful rectangular stamp with a grid pattern. It contains the text "METERAI TEMPEL" and a serial number "02683AMX136057513". A handwritten signature is written over the stamp.

Amanda Dwi Nurhaliza

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanda Dwi Nurhaliza
NIM : 2110411291
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI MEDIA SOSIAL MARKETING INSTAGRAM
@MENEMBUSGARISBATAS DALAM MENINGKATKAN PEMBELIAN
BUKU MENEMBUS GARIS BATAS**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 31 Juli 2025

Yang menyatakan,



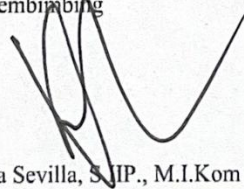
Amanda Dwi Nurhaliza

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Amanda Dwi Nurhaliza
NIM : 2110411291
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Media Sosial Marketing Instagram
@menembusgarisbatas Dalam Meningkatkan Pembelian Buku
Menembus Garis Batas

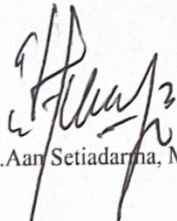
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



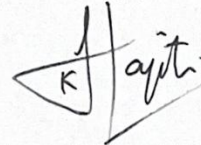
Vinta Sevilla, S.H.P., M.I.Kom

Penguji 1



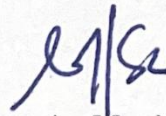
Drs. Aan Setiadarma, M.Si.

Penguji 2



Kumala Hayati, S.I.Kom, M.Med.Kom.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 7 Juli 2025

ABSTRAK

Buku Menembus Garis Batas merupakan buku biografi milik Greysia Polii yang melakukan media sosial marketing melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan pembelian buku. Uniknya dalam media sosial marketing yang digunakan Menembus Garis Batas pada akun Instagram @menembusgarisbatas konten yang disediakan tidak berfokus pada penjualan buku saja melainkan konten yang mengandung sosial masyarakat dan motivasi untuk pengembangan diri. Hal ini yang menjadi urgensi dalam penelitian diteliti oleh penulis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi media sosial marketing Instagram yang digunakan akun @menembusgarisbatas dalam meningkatkan pembelian Buku Menembus Garis Batas dan untuk mengetahui isi konten penjualan Instagram @menembusgarisbatas dengan menggunakan model AISAS. Adapun tujuan penelitian ini juga menjadi bagian dalam rumusan masalah yang diteliti oleh penulis. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif studi kasus. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah bahwa strategi media sosial marketing yang digunakan Instagram @menembusgarisbatas adalah melakukan perencanaan konten, menentukan konten yang sesuai dengan target audiens, mengimplementasikan konten dengan menarik, melakukan pengevaluasian konten, dan membangun ketertarikan dalam konten. Penulis juga menemukan bahwa konten penjualan yang dimiliki oleh Instagram @menembusgarisbatas berisikan empat jenis konten, konten persuasif, informatif, hiburan, dan interaktif. Konten penjualan juga memiliki proses agar dapat meningkatkan pembelian buku dengan diskusi. Instagram @menembusgarisbatas juga aktif dalam membangun interaksi dan melakukan kolaborasi. Penyusunan pesan dalam konten penjualan juga diperhatikan agar dapat memberikan dampak dalam pembelian.

Kata Kunci : Instagram, Media Sosial Marketing, Pembelian Buku.

ABSTRACT

The book *Menembus Garis Batas* is a biography of Greysia Polii who uses social media marketing through Instagram to increase book purchases. Uniquely, in the social media marketing used by *Menembus Garis Batas* on the Instagram account @menembusgarisbatas, the content provided does not focus on book sales alone but rather content containing social media and motivation for self-development. This is the urgency of the research studied by the author. This study aims to determine the Instagram social media marketing strategy used by the @menembusgarisbatas account in increasing purchases of the *Menembus Garis Batas* book and to determine the content of the Instagram sales content @menembusgarisbatas using the AISAS model. The purpose of this study is also part of the problem formulation studied by the author. This study uses qualitative case study research. The results obtained in this study are that the social media marketing strategy used by Instagram @menembusgarisbatas is to plan content, determine content that is appropriate to the target audience, implement content in an interesting way, evaluate content, and build interest in the content. The author also found that the sales content on the Instagram account @menembusgarisbatas consists of four types: persuasive, informative, entertaining, and interactive. The sales content also incorporates a process to increase book purchases through discussions. The Instagram account @menembusgarisbatas is also active in building interactions and collaborations. The messaging within the sales content is also carefully crafted to ensure an impact on purchases.

Keywords: *Instagram, Social Media Marketing, Book Purchase.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas nikmat dan karunia Allah SWT, sehingga skripsi yang berjudul "Strategi Media Sosial Marketing Instagram @menembusgarisbatas Dalam Meningkatkan Pembelian Buku Menembus Garis Batas" telah selesai. Penulis sangat bersyukur dan berterima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Dr. Azwar, S.S., M. Si. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta yang telah membantu penulis dalam urusan birokrasi perkuliahan
2. Vinta Sevilla, S. IIP., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran kepada penulis selama penulisan skripsi.
3. Drs. Aan Setiadarma, M.Si. selaku dosen penguji 1 dan Kumala Hayati, S.I.Kom, M.Med.Kom. selaku dosen penguji 2 yang turut memberikan kritik dan saran untuk penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta yang sudah memberikan wawasan untuk penulis selama perkuliahan.
5. Ayah dan bunda penulis yang selalu siap sedia memberikan dukungan kepada penulis dan selalu mendoakan di sepertiga malam untuk keberhasilan penulis dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
6. Kakak penulis, Mochammad Rafly Maulana yang selalu siap sedia untuk meluangkan waktunya untuk merayakan hal-hal kecil penulis selama proses penulisan skripsi, yang selalu percaya bahwa penulis bisa mendapatkan gelar sarjana dengan tepat waktu, dan yang selalu siap sedia memeluk raga kecil penulis selama proses penulisan skripsi ini.
7. Kak Mega, Kak Fel, Kak Kira, Kak Bramantya, dan Kak Fian yang selalu bertanya mengenai keadaan penulis, menyemangati tanpa henti, dan selalu mendoakan keberhasilan penulis dalam mengerjakan skripsi.
8. Hafizhah Farah Dhiya selaku sepupu penulis yang selalu memberikan hiburan dikala proses penulisan skripsi ini.
9. Sahabat penulis sedari SD, yaitu Anya Indi Damayanti yang selalu memberikan dukungan penuh dan selalu menanyakan kondisi penulis selamat proses perjalanan pembuatan skripsi ini.

10. Sahabat seperjuangan penulis, yaitu Rahma Shahwa Aninda Bernado dan Jessica Ariani Julianti yang sudah selalu menjadi tempat untuk keluh kesah penulis dan menjadi sahabat yang selalu ada dalam suka dan duka.
11. Nashya Frida dan Salsabila sebagai adik penulis yang sudah mendukung dan selalu mendoakan di setiap perjalanan skripsi penulis.
12. Kak Aulia Putri Zahwa yang sudah memberikan saran, dukungan, serta ajarannya dalam mengajarkan penulis perihal skripsi ini.
Tanpa dukungan dan kasih sayang mereka, penulis tidak akan sampai pada titik ini. Keberhasilan skripsi ini penulis dedikasikan kepada mereka yang sudah mendukung penulis dari awal hingga saat ini. Penulis menyadari bahwa masih adanya kekurangan pada penulisan skripsi ini, namun penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Depok, 30 Mei 2025

Amanda Dwi Nurhaliza

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Konsep Penelitian	25
2.2.1 Strategi Digital	25
2.2.2 Instagram.....	27
2.2.3 Pemasaran Digital (Digital Marketing).....	29
2.2.4 Model AISAS	31
2.3 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Jenis Penelitian	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Observasi	36
3.3.2 Wawancara (Interview)	37

3.4 Sumber Data	37
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.5.1 Teknik Analisis Data	38
3.5.2 Teknik Keabsahan Data	40
3.6 Tabel Rencana Waktu	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Analisis.....	47
4.2.2 Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	97
5.1.1 Saran Akademis.....	97
5.1.2 Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Data Penjualan Buku Menembus Garis Batas	2
Gambar 2. Charity Tour Sekolah Asrama Timika	4
Gambar 3. Book Tour KJRI Perth	5
Gambar 4. Logo Menembus Garis Batas	42
Gambar 5. Platform Media Sosial Instagram	44
Gambar 6. <i>Mind Map</i> Perencanaan Konten	49
Gambar 7. <i>Project Map</i> Penentuan Target Audiens Konten	51
Gambar 8. <i>Project Map</i> Pelaksanaan Implementasi Strategi	53
Gambar 9. Konten <i>Quotes</i>	56
Gambar 10. <i>Mind Map</i> Pengevaluasian Konten	57
Gambar 11. Gaya Design Konten <i>Quotes</i>	59
Gambar 12. <i>Project Map</i> Cara Membangun Ketertarikan	60
Gambar 13. Konten Penjualan Informatif	62
Gambar 14. <i>Mind Map</i> Jenis Konten Penjualan	64
Gambar 15. Konten Promo Ramadhan	66
Gambar 16. <i>Project Map</i> Proses Pembuatan Konten untuk Meningkatkan Pembelian	67
Gambar 17. <i>Mind Map</i> Cara Membangun Interaksi	70
Gambar 18. <i>Mind Map</i> Kolaborasi	74
Gambar 19. <i>Project Map</i> Penyusunan Pesan Konten Penjualan	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penjualan Buku Menembus Garis Batas	4
Tabel 2. Matriks Penelitian	16
Tabel 3. Jadwal Penelitian.....	41
Tabel 4. Deskripsi Informan.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	106
Lampiran 2. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	107
Lampiran 3. Lembar Perbaikan Dosen Pembimbing dan Penguji	108
Lampiran 4. Transkrip Wawancara	111
Lampiran 5. Coding Data Melalui NVivo.....	159
Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara	182
Lampiran 7. Lampiran Observasi Partisipatif.....	183
Lampiran 8. Koding Data Melalui NVivo 15.....	185
Lampiran 9. Sertifikat TOEFL	186
Lampiran 10. Turnitin	187