



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO
FAKULTAS BISNIS, HUKUM, DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI : • MAGISTER MANAJEMEN (S2) • MANAJEMEN (S1) • AKUNTANSI (S1)
• ADMINISTRASI PUBLIK (S1) • ILMU KOMUNIKASI (S1) • HUKUM (S1)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Tanggal : Selasa, 04 Maret 2025

Jam : 08:00

Tempat : GKB 3, LAB TV, L.2

Telah dilaksanakan ujian Skripsi

Judul : DIGITAL MARKETING MAJESTIC KOI FARM MELALUI SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM

Nama : DEWI FITRIA SARI

Nim : 212022000003

Prodi : ILMU KOMUNIKASI

Bidang : KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Dengan Hasil :

Disetujui dengan perbaikan / penyempurnaan
Jangka Waktu Perbaikan 7

Perbaikan / penyempurnaan yang harus dilakukan adalah : (kalau diperlukan dapat ditulis dilembar terpisah)

No	Nama Dosen	Jabatan
1	Nur Maghfirah Aesthetika, S.Sos. M.Med.Kom	Ketua Penguji
2	Didik Hariyanto, S.Sos. M.Si. Dr	Penguji 1
3	Kukuh Sinduwiatmo, S.Sos., M.Si	Penguji 2

Sidoarjo, 04 Februari 2025

Mengetahui,
Kaprodi

Ketua Sidang



Nur Maghfirah Aesthetika, S.Sos. M.Med.Kom



Nur Maghfirah Aesthetika, S.Sos. M.Med.Kom



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

FAKULTAS BISNIS, HUKUM, DAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI : • MAGISTER MANAJEMEN (S2) • MANAJEMEN (S1) • AKUNTANSI (S1)
• ADMINISTRASI PUBLIK (S1) • ILMU KOMUNIKASI (S1) • HUKUM (S1)

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nim : 212022000003

Nama : DEWI FITRIA SARI

Prodi : ILMU KOMUNIKASI

No	Tanggal	Logbook	Jenis Revisi	Gaya Penulisan	Naskah	Catatan
1	Jum'at, 15 Maret 2024	Konsultasi judul	Judul			lanjut pendahuluan
2	Selasa, 26 Maret 2024	Bimbingan jurnal	Pendahuluan			Belum ada teori Komunikasi pemasaran media sosial, penelitian terdahulu masih kurang.
3	Rabu, 03 April 2024	bimbingan jurnal	Pendahuluan			lanjut
4	Kamis, 04 April 2024	bimbingan artikel	Metode Penelitian			pake social media marketing
5	Selasa, 14 Mei 2024	Bimbingan review	Metode Penelitian			acc sempro
6	Rabu, 05 Juni 2024	bimbingan				lanjut revisi
7	Selasa, 11 Juni 2024	bimbingan				lanjut revisi
8	Jum'at, 21 Juni 2024	bimbingan				lanjut revisi
9	Senin, 24 Juni 2024	Konsultasi				lanjut revisi
10	Selasa, 25 Juni 2024	Bimbingan				lanjut revisi

Sidoarjo, 01 Juli 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Nur Maghfirah Aesthetika, S.Sos. M.Med.Kom

*** Lembar bimbingan ini telah diperiksa dan divalidasi oleh Dosen Pembimbing dan dapat digunakan sebagai bukti yang sah**

[HOME](#) [ARCHIVES](#)

VOL. 7 (2024): INTERNATIONAL CONFERENCE ON EMERGING NEW MEDIA AND SOCIAL SCIENCE

[Articles](#)

Digital Marketing Majestic Koi Farm Through Sosial Media Instagram

(1) * Dewi Fitria Sari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Indonesia

(2) Nur Maghfirah Aesthetika

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Indonesia

(*) Corresponding Author

DOI: <https://doi.org/10.21070/pssh.v7i1.585>

ABSTRACT

Based on the researcher will examine social media marketing related to the concept of content used in Majestic Koi Farm's social media instagaram, the researcher aims to describe the content strategy used by Majestic Koi Farm to obtain research novelty. In this study, the research method is used the approach shown where the research describes the facts, facts, fields, and properties of objective traits accurately based on data derived from the results of observations through the Instagram account on a business. This data collection technique is also carried out through research on the analysis of instagaram social media content. The object of this study is Majestic Koi Farm's Instagram, while the subject in this study focuses on Majestic Koi Farm. The results of the research based on analysis through Instagram social media show that Majestic Koi Farm has implemented a social media marketing strategy in its Instagram. Through the use of Instagram, Majestic Koi Farm has successfully influenced consumers and increased their sales.

REFERENCES

- @majestickoifarm. (2024a). HALAMAN FITUR STORY PADA INSTAGRAM.pdf.
<https://www.instagram.com/majestickoifarm?igsh=MXdlcGI4ZHUxc3B3cQ==>
- @majestickoifarm. (2024b). MEMICU INTERAKSI VIRAL DENGAN KONSUMEN.pdf.
<https://www.instagram.com/majestickoifarm?igsh=MXdlcGI4ZHUxc3B3cQ==>
- @majestickoifarm. (2024c). Menciptakan Halaman Merek dan Penggemar.pdf. Instagram.
<https://www.instagram.com/majestickoifarm?igsh=MXdlcGI4ZHUxc3B3cQ==>
- Aglaia, R. R., & Aesthetika, N. M. (2022). Peran media baru terhadap gelaran konser musik di era pandemi Covid-19: Studi kasus Pamungkas "The Solipsism 0.2". Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial, 6(1), 13–22.
<https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.19836>
- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. PProfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 3(2), 237.
<https://doi.org/10.24198/prh.v3i2.18920>
- Barokah, S., Wulandari, O. A. D., Sari, M. T., & Yuditama, I. F. (2021). Optimalisasi Digital Marketing melalui Facebook Ads di Kelurahan Purwanegara. Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 17–22



UMSIDA

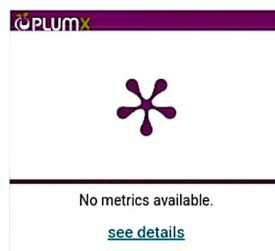
Picture in here are illustration from public domain image (License) or provided by the author, as part of their works

 Check for updates

 PDF

PUBLISHED

2024-09-11



”	?	Total citations
↺	?	Recent citations
⋈	n/a	Field Citation Ratio
⋈	n/a	Relative Citation Ratio

HOW TO CITE

Sari, D. F., & Aesthetika, N. M. (2024). Digital Marketing Majestic Koi Farm Through Sosial Media Instagram. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 7, 1 - 9.
<https://doi.org/10.21070/pssh.v7i1.585>

More Citation Formats ▾