



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TIGA PENGELOLA
ONLINE SHOP FASHION DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @Styleilookss, @Floo_Fashionn, dan @Widbatik**

TESIS

Oleh

RR. NADHIRA HARSARI

55219120052

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2022**

COVER DALAM TESIS



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TIGA PENGELOLA
ONLINE SHOP FASHION DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @Styleilookss, @Floo_Fashionn, dan @Widbatik**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Oleh

RR. NADHIRA HARSARI
55219120052

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2022**



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Rr. Nadhira Harsari

NIM : 55219120052

Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)

Kosentrasi : Corporate And Marketing Communication

Judul Karya Akhir/Tesis : Starategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Online
Shop Fashion Di Media Sosial Instagram @styleilookss, @floo_fashionn, dan
@widbatik

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Jakarta, 05 February 2022

Dosen Pembimbing

(Dr. Irmulansati Tomohardjo., S.H., M.Si)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Online Shop Fashion Di Media Sosial Instagram @styleilookss, @floo_fashionn, dan @widbatik

Nama : Rr. Nadhira Harsari

NIM : 55219120052

Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication

Tanggal : 05 February 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 05 February 2022

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M Si)

.....
2. Penguji Ahli :
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)

3. Pembimbing :
(Dr. Irmulansati Tomohardjo., S.H., M.Si)


(.....)

(.....)

(.....)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Online Shop Fashion Di Media Sosial Instagram @styleilookss, @floo_fashionn, dan @widbatik

Nama : Rr. Nadhira Harsari

NIM : 55219120052

Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication

Tanggal : 15 February 2022

Jakarta, 05 February 2022

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Irmulansati Tomohardjo., S.H., M.Si)


(.....)


(.....)


(.....)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Rr. Nadhira Harsari
NIM : 55219120052
Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)
Kosentrasi : Corporate And Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Online
Shop Fashion Di Media Sosial Instagram @styleilookss, @floo_fashionn, dan
@widbatik

Jakarta, 05 February 2022

UNIVERSITAS
Dosen Pembimbing

MERCU BUANA

(Dr. Irmulansati Tomohardjo., S.H., M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Ely Yuliani, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Rr. Nadhira Harsari
NIM : 55219120052
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul :

“Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Online Shop Fashion Di Media Sosial Instagram @styleilookss, @floo_fashionn, dan @widbatik”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 February 2022 didapatkan nilai persentase sebesar 27%.

Jakarta, 19 February 2022

Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Online Shop Fashion Di Media Sosial Instagram @styleilookss, @floo_fashionn, dan @widbatik
Nama : Rr. Nadhira Harsari
N I M : 55219120052
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 05 February 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 05 February 2022

Materai Rp 10.000 (2lembar)



(Rr. Nadhira Harsari)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, dengan ridho dan rahmat-Nya penulisan tesis yang berjudul:

“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TIGA PENGELOLA
ONLINE SHOP FASHION DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @Styleilookss, @floo_fashionn, Dan @widbatik”

Dengan judul tersebut agar dapat selesai tepat pada waktunya. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH., M. Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Dr. Afdal Makkuraga, M.Si selaku Dosen Penelaah Sidang Seminar Proposal, dan Dosen Penelaah Sidang Hasil saya yang memberikan arahan dan masukan dalam penelitian saya. dan Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku ketua sidang akhir saya.
3. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi, dan Bapak Dr. Afdal Makkuraga, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Magister Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana Jakarta.
4. Seluruh Dosen Program Studi M. ikom Universitas Mercu Buana dan staf karyawan administrasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

5. Teruntuk kedua orang tua yang saya cintai Bapak Ir. R. Joko Sugiharjo, MM dan Ibunda Rr. Niken Purbasari, S.E., M. Si atas segala bentuk kasih sayang, doa, support yang telah menyertai semenjak ananda lahir hingga hari ini.
6. Teman-teman seperjuangan M.Ikom Universitas Mercu Buana kampus Meruya Jakarta Angkatan 36, yang telah berjuang bersama selama 2 tahun ini, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang sudah turut membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat dan ilmu bagi para pembacanya.



Jakarta, April 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis
Rr. Nadhira Harsari

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| COVER DALAM TESIS | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS | ii |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN TESIS | v |
| PERNYATAAN SIMILARITY CHECK | vi |
| PERNYATAAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| ABSTRACT | x |
| ABSTRAK | xi |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN | 7 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.2 Teori | 37 |
| 2.2.1 Teori Komunikasi | 37 |
| 2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran | 39 |
| 2.2.3 Komunikasi Pemasaran | 40 |
| 2.2.4 Konsep strategi komunikasi pemasaran | 41 |
| 2.2.5 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran | 42 |
| 2.2.6 <i>Strategy positioning</i> | 47 |
| 2.2.7 Model Komunikasi Pemasaran Terpadu | 49 |
| 2.2.8 Kerangka Pemikiran | 51 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 52 |

| | | |
|--|---|------------|
| 3.1 | Objek Penelitian..... | 52 |
| 3.2 | Paradigma Penelitian..... | 55 |
| 3.3 | Metode Penelitian..... | 56 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data | 57 |
| 3.5 | Teknik Analisa Data | 59 |
| 3.6 | Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 61 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 63 |
| 4.1 | Gambaran Objek Penelitian | 63 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 65 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 84 |
| 4.3.1 | <i>Pull Positioning strategy</i> | 85 |
| 4.3.2 | <i>Push Positioning strategy</i> | 88 |
| 4.3.3 | <i>Profile-Positioning Strategy</i> | 89 |
| BAB V PENUTUP..... | | 97 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 97 |
| 5.2 | Saran | 99 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 101 |
| LAMPIRAN..... | | 107 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Akun Fashion pada Media Sosial Instagram..... | 3 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 25 |
| Tabel 3. 1 Daftar Informan Penelitian..... | 55 |
| Tabel 4. 1 Hasil Penelitian | 88 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Pertumbuhan e-commerce dalam industri fashion | 1 |
| Gambar 1. 2 Kategori Pengeluaran <i>E-commerce</i> | 2 |
| Gambar 2. 1 Alur Komunikasi Pull positioning strategy | 42 |
| Gambar 2. 2 Alur Komunikasi Push positioning strategy | 44 |
| Gambar 2. 3 Kerangka Pikir Penelitian | 48 |
| Gambar 4. 1 Tampilan Home Akun Styleilooks | 64 |
| Gambar 4. 2 Tampilan Home Akun Floo_fashionn | 65 |
| Gambar 4. 3 Tampilan Home Akun Widbatik | 66 |
| Gambar 4. 4 Program Promosi Penjualan akun Styleilooks | 68 |
| Gambar 4. 5 Program Promosi Penjualan akun Floo_Fashionn | 69 |
| Gambar 4. 6 Program Promosi Penjualan akun Widbatik | 70 |
| Gambar 4. 7 Pelaksanaan Ikoy-ikoy pada Akun Styleilooks | 71 |
| Gambar 4. 8 Pelaksanaan Give Away pada Akun Floo_Fashion | 72 |
| Gambar 4. 9 Pelaksanaan Give Away pada Akun Widbatik | 73 |
| Gambar 4. 10 Caption Instagram akun Styleilooks | 74 |
| Gambar 4. 11 Caption Informasi Produk Akun Floo_Fashion | 75 |
| Gambar 4. 12 Caption Informasi Cara Order | 75 |
| Gambar 4. 13 Caption Informasi Harga, Ukuran dan Copywriting | 76 |
| Gambar 4. 14 Caption Informasi Produk Akun Widbatik | 77 |
| Gambar 4. 15 Aktivitas pemasaran langsung Styleilooks | 79 |
| Gambar 4. 16 Aktivitas pemasaran langsung Floo_Fashionn Via Whatsapp | 80 |
| Gambar 4. 17 Aktivitas pemasaran langsung Widbatik Via Whatsapp | 80 |