



**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI  
PEMASARAN LEJEL HOME SHOPPING**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Srata Satu (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication**

**Disusun Oleh :**

**Cindy Olivia**

**44319110014**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cindy Olivia  
NIM : 44319110014  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

Pemanfaatan Instagram sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Lejel Home Shopping adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,

(Cindy Olivia)

Mengetahui,

Pembimbing

( Sandy Permata, M.I.Kom )

Ketua Bidang Studi

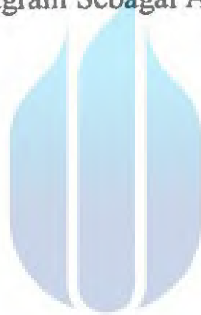
( Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Cindy Olivia  
NIM : 44319110014  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul : Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Lejel  
Home Shopping



Jakarta, 16 Agustus 2022

Mengetahui,  
Pembimbing

( Sandy Permata M.I.Kom )



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Cindy Olivia  
NIM : 44319110014  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul : Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 16 Agustus 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Ketua Sidang : \*Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom\* (  )

Penguji Ahli : \*Siti Muslichatul M, M.I.Kom\* (  )

Pembimbing : \*Sandy Permata, M.I.Kom\* (  )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Lejel  
Home Shopping  
Nama : Cindy Olivia  
NIM : 44319110014  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 16 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS

Ketua Bidang Studi  
Advertising & Marketing Communication

Pembimbing

  
( Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed )

  
( Sandy Permata, M.I.Kom )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
( Dr. Elly Yulhawati, M.Si )

  
( Dr. Farid Hamid, M.Si )

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Pemasaran Lejel Home Shopping”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyelesaikan skripsi ini tentunya dengan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Sandy Permata, M.I.Kom sebagai dosen pembimbing.
2. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.I.Kom sebagai dosen mata kuliah Riset Komunikasi.
3. Bapak Eddy S. Tumenggung, Ir, MM. sebagai dosen kelas Tugas Akhir
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA sebagai Ketua Bidang Studi Advertising dan Marketing Communication
5. Orang Tua penulis, Saudara, dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan moril selama pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan mungkin kesalahan. Oleh sebab itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini,

Penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat untuk berbagai pihak yang terkait dan para pembaca.

Jakarta, 27 Juli 2022

Penulis

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Cindy Olivia  
44319110014

Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Oleh Lejel Home Shopping.

Jumlah Halaman : 69 Halaman + 19 Lampiran

Bibliografi : 16 Buku, 7 Jurnal

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia sangat pesat, hal tersebut tersebut dapat membentuk cara berpikir dan berperilaku manusia sehingga memicu terjadinya pergeseran komunikasi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Lejel Home Shopping memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi pemasaran.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep *marketing communication planning framework*, *digital marketing*, media baru, dan penyampaian komunikasi pemasaran lewat media sosial. Dengan melakukan komunikasi pemasaran menggunakan konten digital lewat pemanfaatan fitur-fitur Instagram maka Lejel Home Shopping dapat memperluas jangkauan audiensnya.

Penelitian ini bersifat kualitatif berlandaskan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data. Peneliti mengamati akun Instagram Lejel Home Shopping dan mewawancarai beberapa *key informan*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pemanfaatan Instagram yang dilakukan oleh Lejel Home Shopping dengan menggunakan fitur-fitur yang terdapat di media sosial Instagram dan konten *digital marketing* cukup berhasil dan berdampak baik terhadap peningkatan *brand awareness* Lejel Home Shopping.

Kata kunci : *Komunikasi pemasaran, Instagram, Lejel Home Shopping*

## ABSTRACT

*The development of communication technology in Indonesia is very fast, which can form the way people think and behave that triggers a shift in marketing communications. The purpose of this research is to find out how Lejel Home Shopping utilises Instagram as a marketing communication tool. In this study, the researcher used the concept of marketing communication planning framework, digital marketing, new media, and marketing communication through social media. By doing marketing communications using digital content through the use of Instagram features, Lejel Home Shopping can expand the reach of its audience.*

*This research is qualitative based on the constructivism paradigm. The method used in this study is descriptive that explains phenomena through data collection. The researcher observed Lejel Home Shopping's Instagram account and interviewed several key informants and informants.*

*Based on the results of the study, it can be concluded that the use of Instagram conducted by Lejel Home Shopping using the following features found on Instagram and digital marketing content are sufficiently successful and had a good impact on increasing brand awareness of Lejel Home Shopping.*

*Keywords: Marketing communication, Instagram, Lejel Home Shopping*





## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	19
2.3 Digital Marketing.....	23
2.3.1 Digital Marketing Menurut Para Ahli :.....	23
2.3.2 Kelebihan Digital Marketing : .....	23
2.4 New Media (Media Baru) .....	24
2.4.1 Karakteristik New Media .....	25
2.5 Media Sosial .....	26
2.6 Instagram .....	27
2.7 Television Home Shopping .....	28
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN .....	30

3.1 Paradigma .....	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Subjek Penelitian.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	34
BAB IV .....	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.1.1 Kegiatan Umum.....	37
4.1.2 Logo.....	38
4.1.3 Produk .....	38
4.1.4 Kantor Cabang.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Marketing Mix.....	41
4.2.2 Implementasi <i>Marketing communication planning framework</i> .....	43
4.2.3 Implementasi Digital Marketing Lejel.....	53
4.2.4 Pemanfaatan Media Baru.....	53
4.2.5 Pemanfaatan Media Sosial.....	54
4.3 Pembahasan.....	59
4.3.1 Marketing Mix .....	60
4.3.2 Implementasi Marketing Communication Planning Framework .....	61
4.3.3 Implementasi Digital Marketing .....	65
4.3.4 Pemanfaatan Media Baru.....	66
4.3.5 Pemanfaatan Media Sosial .....	67
BAB V .....	69
KESIMPULAN DAN SARAN .....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran .....	70
5.2.1 Saran Akademis .....	70
5.2.2 Saran Praktis.....	70

DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN.....	74
DATA MAHASISWA.....	93



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Gambaran Umum Audiensi Pengguna Instagram.....	5
Gambar 1.2	Profil Instagram Lejel Home Shopping.....	7
Gambar 2.1	Data Pengguna Media Sosial Tahun 2021.....	25
Gambar 2.2	Data Media Sosial Paling Favorit.....	26
Gambar 4.1	Fasilitas Broadcasting.....	34
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Lejel.....	35
Gambar 4.3	Logo Lejel.....	36
Gambar 4.4	Produk-produk Lejel.....	37
Gambar 4.5	Produk Korea.....	40
Gambar 4.6	Harga Paket.....	40
Gambar 4.7	Hypertextuality Lejel Home Shopping di Instagram.....	44
Gambar 4.8	Promosi Diskon.....	45
Gambar 4.9	Penawaran Terbatas.....	45
Gambar 4.10	Pengumpulan Poin.....	46
Gambar 4.11	Hubungan Masyarakat.....	46
Gambar 4.12	Accounts Reached Akun Instagram Lejel .....	49
Gambar 4.13	Konten Promo Tematik dan Edukasi .....	54
Gambar 4.14	Kolaborasi Lejel dengan Followers Instagram Lejel.....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Referensi Skripsi.....	9
-----------	------------------------------	---

