



**KOMUNIKASI PEMASARAN TALKACTIVE.ID MELALUI INSTAGRAM
DI MASA PANDEMI COVID-19**



**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S-1)

Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*

Disusun Oleh:

Fadel Arif Aztamurri

44318110014

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fadel Arif Aztamurri
NIM : 44318110014
Jurusan : *Advertising and Marketing Communication*
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN TALKACTIVE.ID MELALUI INSTAGRAM DI MASA PANDEMI COVID-19

Dengan ini saya menyatakan bahwa penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya saya sendiri dan merupakan hasil dari studi kepustakaan dengan didampingi oleh dosen pembimbing yang keputusannya telah ditetapkan dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil plagiarisme atau penjiplakan karya orang lain. Semua informasi, dokumentasi, data, dan hasil yang digunakan diperoleh dan dicantumkan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diverifikasi kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Yang membuat pernyataan



Fadel Arif Aztamurri

Pembimbing

(Ira Purwitasari, S.Sos., M.IKom)

Ketua Bidang Studi
Advertising and Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Komunikasi Pemasaran Talkactive.Id melalui Instagram
di Masa Pandemi Covid-19

Nama : Fadel Arif Aztamurri

NIM : 44318110014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising and Marketing Communication*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,
Jakarta, 5 Maret 2022

Pembimbing

(Ira Purwitasari, S.Sos., M.IKom)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Komunikasi Pemasaran Talkactive.Id melalui Instagram

di Masa Pandemi Covid-19

Nama : Fadel Arif Aztamurri

NIM : 44318110014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising and Marketing Communication*

Jakarta, 5 Maret 2022

Ketua Sidang

(Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si)

(.....)

Pengaji Ahli

(Dahlia Ardhana, M.Ikom)

(.....)

Pembimbing

(Ira Purwitasari, S.Sos., M.IKom)

(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Komunikasi Pemasaran Talkactive.Id melalui Instagram
di Masa Pandemi Covid-19

Nama : Fadel Arif Aztamurri

NIM : 44318110014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising and Marketing Communication*

Jakarta, 5 Maret 2022

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Advertising and Marketing Communication

(Ira Purwitasari, S.Sos., M.IKom)

Ketua Bidang Studi

Advertising and Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.S.i)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid U., M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Komunikasi Pemasaran Talkactive.id melalui Instagram di Masa Pandemi Covid-19**”. Shalawat beserta salam teruntuk Nabi Muhamad SAW, yang telah menyampaikan kebenaran dan membawa umatnya ke alam yang berilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana pada jurusan *Advertising and Marketing Communication*.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas waktu dan kesabaran ibu dalam membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, M.Ed, selaku kepala bidang studi *Advertising and Marketing Communication*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid U, M.Si selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen program studi *Advertising and Marketing Communication* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis yaitu Moralita Chatri dan Azmeiyeda Makmur, Abang Afif Permana Aztamurri, Adik Fadhilla Ihsani Aztamurri, Opa Chatlinas Said dan Ibu Rafdina Sari, serta Alm. Atuk Fahmi Mu'thi yang telah memberikan

- dukungan penuh beserta doa yang selalu mengiringi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini meskipun jarak dan waktu memisahkan kita.
7. Teman-teman seperjuangan, yaitu Ade, Ilham, Dita, Anggun, Ica, Luqi, Bella, Lilis, Rosvian, dan Niar. Terima kasih atas bantuannya selama masa perkuliahan di Universitas Mercu Buana. Semoga suatu saat nanti kita dapat berkumpul bersama lagi.
 8. Tim dari Talkactive.id yaitu Ferik Trianda Putra selaku Co-Founder yang mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di perusahaannya, Maulana Mahendra selaku Graphic Designer, dan Dina Agustin selaku Content Planner.
 9. Geno Putra Wijaya dan Puti Revina Dewi yang telah bersedia untuk penulis wawancarai.
 10. Sahabat-sahabat penulis lainnya yaitu Muhammad Zakiy, Mega Trinova Durika, Lisa Ridha Yulia, Mutia Rahma, Restu Yulia Putri, Hilda Risa Agusti, Jeswita Erina, Delvia Idola, Atika Hidayati, Nurul Azizah, Zikri Yulia Sari, dan Abdi Nega Rindo yang telah meneman penulis melalui grup Whatsapp.
 11. Untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk seluruh doa, semangat, dan bantuannya.



MERCU BUANA

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan laporan ini.

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membaca dan mempergunakannya.

Jakarta, 19 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	18
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.2.4 Media Baru	22

2.2.5 Media Sosial	23
2.2.6 Instagram	29
BAB III: METODE PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.3.1 Lokasi Penelitian	35
3.3.2 Penelitian Penelitian	36
3.4 Subjek Penelitian	36
3.4.1 Subjek Penelitian	36
3.4.2 Objek Penelitian	38
3.5 Metode Pengumpulan Data	39
3.5.1 Jenis Data	39
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.7 Teknik Keabsahan Data	43
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Objek Penelitian	44
4.1.1 Profil Perusahaan	44
4.1.2 Layanan	45
4.1.3 Media Sosial Talkactive.id	49
4.2 Hasil Penelitian	52
4.3 Pembahasan	67
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
5.2.1 Saran Akademis	71
5.2.2 Saran Praktis	72

DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75
RIWAYAT HIDUP PENULIS	110



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tampilan Instagram Talkactive.id	3
Gambar 1.2 Data Platform Social Media Paling Aktif.....	4
Gambar 1.3 Hasil Survei JAKPAT bulan Maret 2020	5
Gambar 1.4 Tampilan Instagram Pesaing Talkactive.id.....	6
Gambar 4.1Tampilan Instagram Talkactive.id	51



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu yang ditinjau.....	14
Tabel 3.1 Data Diri Informan dari Talkactive.id	37
Tabel 3.2 Data Diri Informan dari <i>followers</i> Talkactive.id	38

