



**PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM @Thriftbee\_  
DALAMMENGKOMUNIKASIKAN ZERO WASTE  
PRODUCT.**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Disusun oleh:  
Nur Amelia**

**( 44217010031)**

**BIDANG STUDI PUBLIC  
RELATIONSFAKULTAS ILMU  
KOMUNIKASI UNIVERSITAS  
MERCU BUANA JAKARTA**

**2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Amelia  
NIM : 44217010031  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM @Thriftbee\_ DALAM MENKOMUNIKASIKAN ZERO WASTE PRODUCT.** 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.

Jakarta, 7 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



(Nur Amelia)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

(Dr. A. Rahman HI, M.Si)

( Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom )



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Nur Amelia  
NIM : 44217010031  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM @Thriftbee\_  
DALAM MENKOMUNIKASIKAN ZERO WASTE  
PRODUCT.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Maret 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. A. Rahman HI, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana


### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Nur Amelia  
NIM : 4421010031  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM @Thriftbee\_ DALAM  
MENGKOMUNIKASIKAN ZERO WASTE PRODUCT.

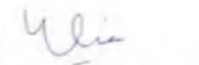
Jakarta, 7 Maret 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Ketua Sidang :

  
(Dewi Sad T, M.Ikom)

Penguji Ahli :

  
(Yulawati, M.Ikom)

Pembimbing :

  
(Dr. A. Rahman HI, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM @Thriftbee\_ DALAM  
MENGKOMUNIKASIKAN ZERO WASTE PRODUCT.

Nama : Nur Amelia  
NIM : 44217010031  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 7 Maret 2022

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

( Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom )

(Dr. A. Rahman HI, M.Si )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

( Dr. Elly Yulawati, M.Si )

( Dr. Farid Hamid, M.Si )



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Nur Amelia  
44217010031

PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM @Thriftbee\_ DALAM  
MENGKOMUNIKASIKAN ZERO WASTE PRODUCT.

Jumlah Halaman : 89 Halaman + Lampiran Bibliografi : 5 Bab, 19 Buku, 5 Jurnal dan  
Skripsi, 2 Artikel Internet

**Abstrak**

@thriftbee\_ adalah salah satu online shop yang bergerak dibidang fashion. Online shop ini menyadari bahwa perkembangan teknologi dan persaingan pasar terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu, sehingga dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat dan mampu menjembatani proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Karena tren fashion yang semakin berkembang dan juga memproduksi pakaian secara cepat dan banyak yang di sebut fast fashion. Tetapi hal tersebut juga menimbulkan dampak yang kurang baik bagi lingkungan karena dapat menyebabkan kerusakan. Dengan adanya strategi yang dipilih oleh thrift shop @thriftbee\_ adalah dengan pemanfaatan media soial Instagram sebagai media komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan Instagram sebagai strategi komunikasi pada online shop @thriftbee\_ .Peneliti menggunakan paradigma penelitian post positivisme dan pendekatan kualitatif. Dengan jenis penelitian deskriptif, peneliti mengumpulkan data secara primeryang diperoleh dari pemilik online shop @thriftbee\_ melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Kata kunci: Instagram, Media Sosial, thrift shop, strategi komunikasi.



*Mercu Buana University*  
*Faculty of Communication Science*  
*Major in Public Relations*  
*Nur Amelia*  
*44217010031*

The use of Instagram @Thriftbee\_ media in communicating zero waste products.

Total Pages : 89 Pages + Attachment Bibliography : 5 Chapters, 19 Books, 5 Journal and Thesis, 2 Internet Articles

### ***ABSTRACT***

*@thriftbee\_ is one of the online stores engaged in fashion. Online stores that are aware of technological developments and market competition continue to evolve, so that appropriate communication strategies are needed and able to bridge the communication process between communicators and communicants. Because fashion trends are growing and also produce clothes quickly and many are called fast fashion. But it also harms the environment because it can cause damage. The communication strategy chosen by thrift shop @thriftbee\_ uses Instagram social media as a communication medium. The purpose of this study is to study Instagram as a communication strategy in the @thriftbee\_ online store. With this type of descriptive research, researchers collected data obtained from online shop owners @thriftbee\_ through interviews, observation and documentation.*

*Keywords : Instagram, Social Media, Thrift shop, Strategy communication.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul “Pemanfaatan Media Instagram @thriftbee\_ dalam mengkomunikasikan Zero Waste Product” Ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari proposal skripsi ini sempurna dengan kekurangannya, dan tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. A. Rahman HI, M.Si selaku pembimbing yang telah memberikan arahan kepada penulis.
2. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom, selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Dr. Elly Yulawati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Selamat M. Said & Ermaini selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan & nasihat kepada penulis.
6. Terimakasih juga kepada Silviana, Natasya, Maulvi, Anggun, Diyah & keles selaku sahabat dari penulis yang selalu memberikan semangat dan bantuan selama mengerjakan skripsi.
7. Produsen Thrift Shop @Thriftbee\_ yang telah bersedia mengizinkan untuk menjadi objek dalam penelitian ini.



8. Kim Min seok, Kim Jong Dae, Kim Joon Myeon, Kyungsoo, Byun Baekhyun, Zhang Yixing, Kim Jong In, Oh Sehun, karena telah menyemangati saya lewat lagu-lagunya.
9. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting.*

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu dalam penyempurnaan penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi banyak pihak dan seluruh pembacanya.

Jakarta, 20 Februari 2022



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>Abstrak</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	1
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Komunikasi.....	9
2.3 New Media.....	10
2.4 Media Sosial .....	11
2.4.1 Komponen Komunikasi.....	12
2.4.2 Pemanfaatan Media .....	13
2.4.3 Jenis-jenis Media Sosial .....	15
2.4.4 Kesempurnaan Media .....	16
2.5 Instagram .....	17
2.6 Pesan .....	20
2.5.1 Isi Pesan.....	21
2.5.2 Konstruksi Pesan .....	24
2.7 Thrift Shop.....	24

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	26
3.2. Metode Penelitian .....	27
3.3 Subjek Penelitian .....	29
3.3.1 Tabel Kriteria Subjek Penelitian.....	30
3.4 Sumber Data .....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6 Teknik Analisis Data .....	33
3.7 Teknik Pemeriksaan dan Keabsaan Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Profile Singkat @thriftbee.....	37
4.1.2 Visi & Misi @thriftbee.....	38
4.1.2.1 Visi .....	38
4.1.2.2 Misi.....	38
4.1.3 Struktur Kepegawaian @thriftbee.....	38
4.1.3 Deskripsi Informan Hasil Penelitian.....	39
4.2 Hasil Penelitian .....	43
4.2.1 Tahap strategi Komunikasi.....	58
4.3 Pembahasan .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	65
5.2.1 Saran Teoritis.....	65
5.2.2 Saran Praktis .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>
Hasil Wawancara Owner .....	72

Hasil Wawancara Admin .....	76
Hasil Wawancara Admin 2 .....	79
Hasil Wawancara Konsumen (Followers @thriftbee_) .....	80
Profile @thriftbee_ .....	
Konten @thriftbee_ .....	88
Poster Gerakan Zero Waste .....	89



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 3.5 Struktur Kepegawaian .....	38
Tabel 3.3.1 Kriteria Subjek Penelitian .....	72

