



**PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL BAGI PROMOSI TANAMAN HIAS
DALAM MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2021
(Studi Kasus Pada Pedagang Di Jalan Menara Anteve Kavling DKI
Jakarta Barat)**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Oleh :
Wardah
NIM : 55220110074

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



**PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL BAGI PROMOSI TANAMAN HIAS
DALAM MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2021
(Studi Kasus Pada Pedagang Di Jalan Menara Anteve Kavling DKI
Jakarta Barat)**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Oleh :
Wardah

NIM : 55220110074

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



MERCU BUANA

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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Wardah
NIM : 55220110074
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Corporate Komunikasi dan Marketing Komunikasi
Judul Karya Akhir/Tesis : PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL BAGI PROMOSI
TANAMAN HIAS DALAM MASA PANDEMI COVID-
19 TAHUN 2021 (Studi Kasus Pada Pedagang Di Jalan
Menara Anteve Kayling DKI Jakarta Barat)

MERCU BUANA

Jakarta, 1 September 2022
Dosen Pembimbing,

Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos, MT

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL BAGI PROMOSI
TANAMAN HIAS DALAM MASA PANDEMI COVID-
19 TAHUN 2021 (Studi Kasus Pada Pedagang Di Jalan
Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat)

Nama Lengkap : Wardah

NIM : 55220110074

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

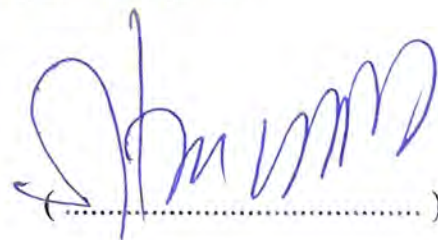
Konsentrasi : Corporate Komunikasi dan Marketing Komunikasi

Tanggal : 1 September 2022

Jakarta, 1 September 2022
Mengetahui,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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



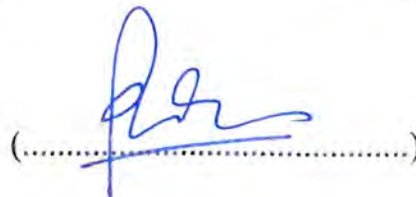
(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si)



(.....)

3. Pembimbing :
(Dr. Rosmawaty Hilderiah. P, S.Sos, MT)



(.....)

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

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL BAGI PROMOSI
TANAMAN HIAS DALAM MASA PANDEMI COVID-
19 TAHUN 2021 (Studi Kasus Pada Pedagang Di Jalan
Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat)

Nama Lengkap : Wardah

NIM : 55220110074

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : Corporate Komunikasi dan Marketing Komunikasi

Tanggal : 1 September 2022

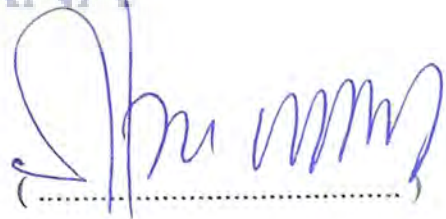
Jakarta, 1 September 2022

Mengetahui,

MERCU BUANA

1. Ketua Sidang :

(Dr. Heri Budianto, M.Si)



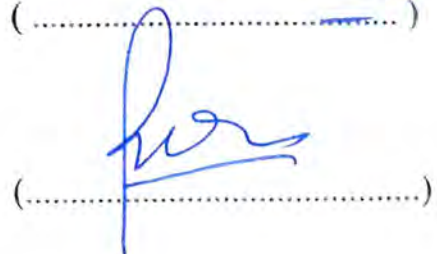
2. Penguji Ahli :

(Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si)



3. Pembimbing :

(Dr. Rosmawaty Hilderiah. P, S.Sos, MT)





MERCU BUANA

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

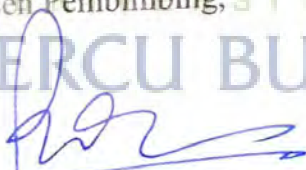
LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Wardah
NIM : 55220110074
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Corporate Komunikasi dan Marketing Komunikasi
Tanggal : 1 September 2022
Judul Karya Akhir/Tesis : PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL BAGI PROMOSI
TANAMAN HIAS DALAM MASA PANDEMI COVID-
19 TAHUN 2021 (Studi Kasus Pada Pedagang Di Jalan
Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat)

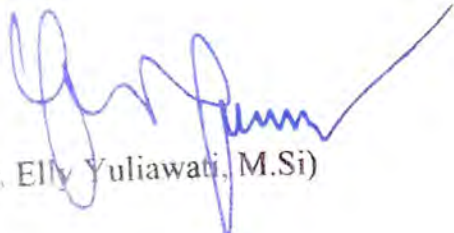
Jakarta, 1 September 2022

Dosen Pembimbing, S I T A S

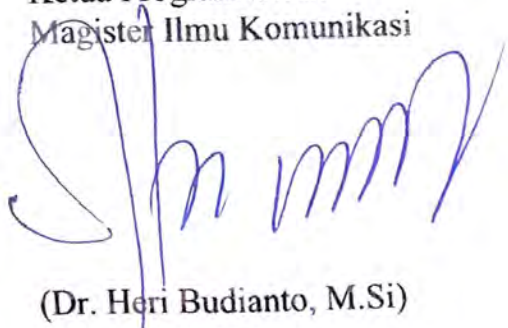
MERCU BUANA


Dr. Rosmawaty Hilderiah. P, S.Sos, M.T

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yulianiwati, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi


(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN

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

Judul : PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL BAGI PROMOSI TANAMAN HIAS DALAM MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2021 (Studi Kasus Pada Pedagang Di Jalan Menara Anteve Kavling DKI Jakarta)

Nama : Wardah

NIM : 55220110074

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 1 September 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, 1 September 2022



(Wardah)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Wardah
NIM : 55220110074
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL BAGI PROMOSI TANAMAN HIAS DALAM MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2021 (Studi Kasus Pada Pedagang Di Jalan Menara Anteve Kavling DKI Jakarta)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 16 Agustus 2022, didapatkan nilai persentase sebesar 20%

.
2



Jakarta, 16 Agustus 2022
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Sukadi, SE., MM

KATA PENGANTAR

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

**“PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL BAGI PROMOSI TANAMAN HIAS DALAM
MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2021
(Studi Kasus Pada Pedagang Di Jalan Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat)”**

Dengan judul tersebut 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. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos, MT, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH., 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 suami tercinta atas segala cinta, perhatian, support dan doanya, serta keempat anak-anakku Arkaan, Faizah, Thooriq, Tsaqif yang selalu menjadi penyemangat dalam hidupku.
6. Teruntuk orang tua yang saya cintai Bapak H. Ahmad Rosyadi atas segala bentuk kasih sayang, doa, support yang telah menyertai semenjak ananda lahir hingga hari ini.
7. Teruntuk Bapak R. Erwin Nur Bhakti, ST, MM selaku Kepala SMK Satria serta Pengurus Yayasan Tarbiyah Islamiyah Al-Alawiyah atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan.
8. Teman-teman seperjuangan M.Ikom Universitas Mercu Buana kampus Meruya Jakarta Angkatan 37, 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, September 2022

Penulis

Wardah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....	v
PERNYATAAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Review Penelitian Terdahulu Sejenis	11
2.2 Landasan Teori	39
2.2.1 Teori CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>)	39
2.2.2 Teori <i>New Media</i>	41
2.3 Landasan Konsep	43
2.3.1 Komunikasi Pemasaran	43
2.3.2 Media Digital	47
2.4 Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Objek Penelitian	52
3.2 Paradigma Penelitian	53
3.3 Metode Penelitian	54
3.4 Informan Penelitian	54

3.5	Jenis dan Sumber Data	55
3.6	Teknik Pengumpulan Data	56
3.7	Teknik Analisis Data	57
3.8	Teknik Keabsahan Data	58
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1	Sejarah Sentra Tanaman Hias jalan Menara Anteve Kavling DKI	60
4.2	Gambaran Umum Informan Penelitian	64
4.3	Hasil Penelitian	68
4.4	Pembahasan	121
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	147
5.1	Kesimpulan	147
5.2	Saran	149
	DAFTAR PUSTAKA	151
	LAMPIRAN	153



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 :	Jenis Tren Tanaman Hias Tahun 2020-2021.....	3
Tabel 1.2 :	Sentra Penjualan Tanaman Hias di Jakarta.....	5
Tabel 2.1 :	Review Penelitian Terdahulu Sejenis.....	28
Tabel 2.2 :	Data Pengguna MarketPlace per bulan di Indonesia tahun 2021.....	51
Tabel 4.1 :	Daftar Harga Tanaman Hias di Jalan Menara Anteve Kavling DKI.....	61
Tabel 4.2 :	Pemanfaatan Media Digital Bagi Promosi Tanaman Hias Pada Pedagang di jalan Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat dalam Masa Pandemi Covid-19 tahun 2021.....	70
Tabel 4.3 :	Cara Memperkenalkan 7P dengan Memanfaatkan Media Digital pada Pedagang di Jalan Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat dalam Masa Pandemi Covid-19 tahun 2021	91
Tabel 4.4 :	Cara Membuat 12 Bauran Promosi dengan Memanfaatkan Media Digital Pada Pedagang di Jalan Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat dalam Masa Pandemi Covid-19 tahun 2021	112
Tabel 4.5 :	Cara Pemanfaatan Media Digital bagi Promosi Tanaman Hias pada Pedagang di Jalan Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat dalam Masa Pandemi Covid-19 tahun 2021	137
Tabel 4.6 :	Manfaat Media Digital bagi Promosi Tanaman Hias pada Pedagang di Jalan Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat dalam Masa Pandemi Covid-19 tahun 2021	141
Tabel 4.7 :	Hambatan dalam Pemanfaatan Media Digital bagi Promosi Tanaman Hias pada Pedagang di Jalan Menara Anteve Kavling DKI Jakarta Barat dalam Masa Pandemi Covid-19 tahun 2021	146

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Contoh Media Digital Bagi Penjualan Tanaman Hias di Dunia Maya.....	4
Gambar 2.1 : Media Sosial Paling Populer di Indonesia tahun 2020-2021.....	49
Gambar 2.2 : Data Pengguna Facebook di Indonesia tahun 2021.....	49
Gambar 2.3 : Data Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2021	50
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4.1 : Peta Lokasi Sentra Tanaman Hias Kavling DKI Jakarta Barat.....	58
Gambar 4.2 : Sentra Tanaman Hias Jalan Menara Anteve Kavling DKI.....	59
Gambar 4.3 : Tampilan Produk pada Media Sosial.....	118
Gambar 4.4 : Tampilan Tempat Penjualan Tanaman Hias.....	119
Gambar 4.5 : Tampilan Harga Penjualan Tanaman.....	120

