



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI  
*ENDORSEMENT* PADA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

(Studi Deskriptif pada Olshop Fyneesa Kitchen)

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Stara 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*

Disusun oleh :

**SITI ANGGEA CAHYA FUJIYANTI**

**UNIVERSITAS** 44315110043

**MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Anggea Cahya Fujiyanti  
NIM : 44315110043  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI ENDORSEMENT PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Deskriptif pada Olshop Fyneesa Kitchen)** 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, 19 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,

(Siti Anggea Cahya Fujiyanti)

Mengetahui,

Pembimbing

( Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom )

Ketua Bidang Studi

( Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed )



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Siti Anggea Cahya Fujiyanti  
NIM : 44315110043  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI  
ENDORSEMENT PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
(Studi Deskriptif pada Olshop Fyneesa Kitchen)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom )



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Siti Anggea Cahya Fujiyanti  
NIM : 44315110043  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI  
ENDORSEMENT PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
(Studi Deskriptif pada Olshop Fyneesa Kitchen)

Jakarta, 19 Agustus 2022

Ketua Sidang : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (.....)

Penguji Ahli : Engga Probi Endri, M.A. (.....)

Pembimbing : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI  
ENDORSEMENT PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
(Studi Deskriptif pada Olshop Fyneesa Kitchen)**  
Nama : Siti Anggea Cahya Fujiyanti  
NIM : 44315110043  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 19 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi

Pembimbing


Advertising & Marketing Communication

  
( Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed )

  
(Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

  
( Dr. Farid Hamid, M.Si )

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatu.

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan Skripsi berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement Pada Media Sosial Instagram (studi deskriptif pada olshop Fyneesa Kitchen) ini lebih mudah dan penuh berkat serta menjadikannya salah satu bentuk pertanggung jawaban peneliti. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan sidang akhir pada Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam proses pengetahuan proposal ini masih jauh dari sempurna, mengingat terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk memperbaiki kekurangan di masa yang akan datang. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi peneliti secara pribadi dan semua pembaca.

Keberhasilan dalam menulis skripsi ini tidak terlepas dari perantara bantuan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih pada:

1. Bapak Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom selaku dosen pembimbing.
2. Seluruh dosen fakultas ilmu komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis
3. Kedua orang tua penulis papa Achmad Fauzi dan mama Maryati yang secara sabar dan luar biasa membimbing penulis sampai ke titik ini.

4. Sahabat, teman dan rekan kerja Rizki Aulia Fitri, Faisal Bashir dan tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih supportnya.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi baik secara moril, materil maupun spiritual yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan berharap isi skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya dan juga untuk perkembangan Ilmu Komunikasi.

Wassalam.



Jakarta, 08 Agustus 2022

**Siti Anggea Cahya Fujiyanti**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Deskripsi Teori .....	21
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	21
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.3 Pemasaran <i>Online</i> .....	26
2.2.4 Selebgram Sebagai <i>Endorsement</i> .....	29
2.2.5 Strategi Pemasaran <i>Online</i> .....	35
2.2.5 Media <i>Instagram</i> Sebagai Pemasaran <i>Online</i> .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	47
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	49



3.4 Teknis Analisis Data .....	51
3.5 Uji Keabsahan Data.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Fyneesaa Kitchen .....	55
4.1.1 Fyneesaa Kitchen .....	55
4.1.2 Visi dan Misi Fyneesaa Kitchen .....	60
4.1.3 Logo dan <i>Tagline</i> Fyneesaa Kitchen.....	61
4.1.4 Struktur Organisasi Fyneesaa Kitchen .....	62
4.2 Hasil Penelitian.....	63
4.2.1 Perencanaan Promosi .....	65
4.2.2 Aktifitas Fyneesaa Kitchen dalam <i>Instagram</i> .....	71
4.2.3 Efektifitas Promosi Melalui Endorsement oleh Fyneesaa Kitchen..	75
4.2.4 Loyalitas Konsumen.....	93
4.3 Pembahasan .....	97
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>103</b>
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>107</b>

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Jumlah penggunaan <i>Instagram</i> .....	42
Gambar 4.1	Instagram Fyneesa Kitchen .....	57
Gambar 4.2	Logo Fyneesa Kitchen .....	61
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Fyneesa Kitchen.....	62
Gambar 4.4	<i>Feeds / Gallery</i> Fyneesa Kitchen.....	72
Gambar 4.5	<i>Instagram Story</i> yang di unggah di @fyneesa.kitchen.....	73
Gambar 4.6	<i>Instagram Tv</i> yang di unggah di @fyneesa.kitchen.....	74
Gambar 4.7	Prosedur pemasaran Fyneesa Kitchen.....	76
Gambar 4.8	Kemasan Fyneesa Kitchen .....	78
Gambar 4.9	Gambar Selebriti Endorser Fyneesa Kitchen .....	82
Gambar 4.10	Alur Transaksi Produk Fyneesa Kitchen.....	85
Gambar 4.11	<i>Testimony From Customer</i> Fyneesa Kitchen .....	86
Gambar 4.12	Promosi Produk Fyneesa Kitchen .....	93
Gambar 4.13	Pelayanan Produk Fyneesa Kitchen .....	94

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 2.2	Indikator <i>Trustworthiness</i> .....	32
Tabel 2.3	Indikator <i>Attractiveness</i> .....	33
Tabel 2.4	Indikator <i>Expertise</i> .....	34



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara .....	107
Lampiran 2	Data Informan .....	110
Lampiran 3	Jawaban Informan .....	112
Lampiran 4	Dokumentasi.....	131
Lampiran 5	Pernyataan Melakukan Penelitian.....	135
Lampiran 6	Curriculum Vitae .....	136



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA