



IMPLEMENTASI PROMOSI DIGITAL OLEH ONLINE SELLER
DI JAKARTA DALAM MENGGUNAKAN JEJARING SOSIAL
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
(Studi kasus terhadap online shop kategori pakaian @MissOnlineshops, kategori
kecantikan @Yolashes.id dan kategori makanan @Eatcake.jkt)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Komunikasi

Bidang Studi Komunikasi Pemasaran & Periklanan

Disusun Oleh:

Dea Razkya Putri

44314120028

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI & PERIKLANAN

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dea Razkya Putri
NIM : 44314120028
Fakultas : Ilmu Komunikasi
BidangStudi : Advertising and Marketing Communication
Judul : Implementasi Promosi Digital Oleh Online Seller Di Jakarta
Dalam Menggunakan Jejaring Sosial Instagram Sebagai Media Promosi
(Studi kasus terhadap online shop kategori pakaian @MissOnlineshops, kategori kecantikan @Yolashes.id dan kategori makanan @Eatcake.jkt)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya saya sendiri yang benarkan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang di damping oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan Skripsi ini bukan merupakan hasil plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumen, data, dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang di sajikan dapat diperiksa kebenaranya.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 7 Maret 2020



Dea Razkya Putri



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
DIGITAL ADVERTISING AND MARCOMM

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Implementasi Promosi Digital Oleh Online Seller Di Jakarta Dalam Menggunakan Jejaring Sosial Instagram Sebagai Media Promosi
(Studi kasus terhadap online shop kategori pakaian @MissOnlineshops, kategori kecantikan @Yolashes.id dan kategori makanan @Eatcake.jkt)

Nama : Dea Razkya Putri

NIM : 44314120028

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Maret 2020

Mengetahui,

Pembimbing

(Dewi Sad Tanti, M. Ikom)



UNIVERSITAS MERCUBUANA
 FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
 DIGITAL ADVERTISING AND MARCOMM

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Implementasi Promosi Digital Oleh Online Seller Di Jakarta
 Dalam Menggunakan Jejaring Sosial Instagram Sebagai Media
 Promosi
 (Studi kasus terhadap online shop kategori pakaian
 @MissOnlineshops, kategori kecantikan @Yolashes.id dan
 kategori makanan @Eatcake.jkt)

Nama : Dea Razkyn Putri

NIM : 44314120028

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 07 Maret 2020

Ketua Sidang,

Yuni Tresnawati, M.Ikom

UNIVERSITAS
 MERCUBUANA

Penguji Ahli,

Wijayanto Hidayatullah, M.Ikom

Pembimbing I,

Dewi Sad Tanti, M.Ikom



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
DIGITAL ADVERTISING AND MARCOMM**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Implementasi Promosi Digital Oleh Online Seller Di Jakarta Dalam Menggunakan Jejaring Sosial Instagram Sebagai Media Promosi
(Studi kasus terhadap online shop kategori pakaian @MissOnlineshops, kategori kecantikan @Yolashbes.id dan kategori makanan @Eatcake.jkt)

Nama : Dea Razkya Putri

NIM : 44314120028

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 07 Maret 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

Ketua Bidang Studi

Advertising and Marcomm

(Yuni Tresnawati, M. Ikom)

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M. Si)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Dea Razkya Putri

44314120028

Strategi Promosi Digital Oleh *Online Seller* di Jakarta Memilih Jejaring Sosial Instagram Sebagai Media Promosi

Bibliografi : 5 Bab, 117 Halaman + Lampiran, 20 Buku, 5 Website, 2 Jurnal, 9 Gambar

ABSTRAK

Instagram adalah media sosial berbagi foto yang banyak digunakan untuk kepentingan komunikasi pemasaran dengan mengedepankan audio visual dan interaktivitas yang tinggi. Pemasaran menggunakan media sosial sedang populer seperti pada bidang *fashion*, kecantikan dan kuliner yaitu MissOnlineshops, Yolashes.id dan Eatcake.jkt yang memanfaatkan Instagram sebagai wadah untuk mempromosikan produk atau jasanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi promosi digital yang dilakukan *online seller* dengan studi kasus pada akun Instagram MissOnlineshops, Yolashes.id dan Eatcake.jkt. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh dari studi dokumentasi unggahan akun Instagram MissOnlineshops, Yolashes.id dan Eatcake.jkt. serta wawancara dengan pemilik akun dan *followers*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi promosi digital yang digunakan *online seller* yaitu *advertising*, *direct marketing*, dan *marketing promotion*. Dalam kasus akun MissOnlineshops, Yolashes.id dan Eatcake.jkt, respon *followers* terhadap promosi yang dilakukan sangat dipengaruhi tren, selera dan *mediahabit*. Keberhasilan promosi juga dapat dibuktikan dengan pernyataan para *online seller* bahwa jumlah *followers* dari masing-masing akun bertambah.

Kata Kunci : Instagram, Online Shop, Promosi Digital



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Kata Pengantar

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia dan rahmatNya, sehingga peneliti diberikan kesehatan dan kelancaran untuk dapat menyelesaikan skripsi ini

Proposal ini berjudul “Implementasi Promosi Digital Oleh *Online Seller* di Jakarta dalam menggunakan Jejaring Sosial Instagram Sebagai Media Promosi”. Maksud dan tujuan peneliti membuat skripsi ini adalah dengan memnuhi salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar skripsi Strata 1 (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi bidang Public Relation Universitas Mercu Buana

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom sebagai Dosen Pembimbing, yang telah sabar dalam memberikan tenaga, pikiran dan waktunya untuk memberikan kritik dan saran kepada peneliti dalam penyusunan skripsi
2. Ibu Yuni Tresnawati, M.I.Kom sebagai Kepala Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si sebagai Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn,Ph.D sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya jurusan Komunikasi Pemasaran dan Periklanan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama kegiatan belajar mengajar.
6. Seluruh staff Tata Usaha dan pegawai di Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu peneliti dalam hal surat menyurat yang berkaitan dengan peneliti.
7. Seluruh staff Perpustakaan yang telah membantu peneliti dalam pencarian buku untuk menyelesaikan skripsi.
8. Semua pihak dari MissOnlineshops, Yolashes.id dan Eatcake.jkt yang sudah memberikan bantuan, kerjasama dan pelajaran yang baik kepada penulis.

9. Untuk keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Untuk teman-teman seperjuangan Mety, Nia dan Aisyah yang selalu mengingatkan, membantu dan memotivasi segala hal untuk bisa menyelesaikan skripsi.
11. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepan.

Akhir kata, peneliti berharap semoga proposal ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi penulis sendiri dan pembaca umumnya dalam mengembangkan suatu karya ilmiah yang lebih baik.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABLE.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
1.4.3 Manfaat Sosial	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kajian Teoritis.....	8
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.2.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.2 Strategi Komunikasi	12
2.2.3 Strategi Promosi.....	17

2.2.3.1	Variabel-Variabel Strategi Promosi.....	20
2.2.4	Pemasaran Digital	22
2.2.4.1	Periklanan Digital	24
2.2.5	Jejaring Sosial	26
2.2.5.1	Jejaring Sosial Instagram.....	32
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....		40
3.1	Paradigma Penelitian.....	40
3.2	Metode Penelitian.....	40
3.3	Subyek Penelitian.....	41
3.3.1	Online Seller	42
3.3.2	Online Buyer.....	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1	Data Primer	43
3.4.2	Data Sekunder.....	45
3.5	Teknik Analisis Data.....	45
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	46
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
4.1.1	Sejarah dan Profil MissOnlineshops.....	47
4.1.1.1	Produk MissOnlineshops.....	48
4.1.1.2	Alamat Perusahaan dan Struktur Organisasi Missonlineshops	48
4.1.2	Sejarah dan Profil Yolashes.id.....	49
4.1.2.1	Produk Yolashes.id.....	50
4.1.2.2	Alamat Perusahaan dan Struktur Organisasi Yolashes.id	50
4.1.3	Sejarah dan Profile Eatcake.jkt.....	51
4.1.3.1	Produk Eatcake.jkt.....	52
4.1.3.2	Alamat Perusahaan dan Struktur Organisasi Eatcake.jkt	53

4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Penerapan Komunikasi Pemasaran Oleh <i>Online Seller</i>	54
4.2.2 Penerapan Strategi Promosi Oleh <i>Online Seller</i>	55
4.2.3 Penerapan Pemasaran Digital Oleh <i>Online Seller</i>	56
4.2.3 Aktivitas Promosi Melalui Instagram Terhadap Konsumen.....	69
4.3 Pembahasan.....	70
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	78
CURICULUM VITAE.....	117



DAFTAR TABEL

Penelitian Terdahulu 5



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GRAFIK

Struktur Organisasi MissOnlineshops..... 48



DAFTAR GAMBAR

Logo MissOnlineshops	47
Logo Yolashes.id	49
Logo Eatcake.jkt	51
Postingan MissOnlineshops	58
Postingan Yolashes.id	60
Postingan Eatcake.jkt	62
Endorsment Eatcake.jkt	66
Promo MissOnlineshops	67
Promo Eatcake.jkt	68

