



**STRATEGI PROMOSI *ONLINE SHOP RNB_STYLE* MELALUI
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TAHUN 2015**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
Disusun Oleh :
MERCU BUANA
OVI NOVITASARI

44311010004

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **STRATEGI PROMOSI *ONLINE SHOP RNB_STYLE*
MELALUI *INSTAGRAM* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN TAHUN 2015**

Nama : Ovi Novitasari

NIM : 44311010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 02 Juli 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

JUDUL : **STRATEGI PROMOSI *ONLINE SHOP RNB_STYLE*
MELALUI *INSTAGRAM* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN TAHUN 2015**

Nama : Ovi Novitasari

NIM : 44311010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Ketua Sidang. Jakarta, 13 Juli 2015

Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,

Dadan Iskandar, M.Si

(.....)

Pembimbing 1

Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si.

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

JUDUL : **STRATEGI PROMOSI ONLINE SHOP RNB_STYLE
MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN TAHUN 2015**

Nama : Ovi Novitasari

NIM : 44311010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
Jakarta, 13 Juli 2015
MERCU BUANA

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis Panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat dan karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini berjudul “Strategi Promosi *Online Shop RNB_Style* Melalui *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan Tahun 2015”, dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan *Advertising and Marketing Communication* Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dengan penyusunan skripsi ini peneliti memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan demi kelancaran pembuatan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, yaitu:

1. Ibu Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktunya dengan penuh kesabaran untuk mendengarkan, kebaikan hatinya membimbing peneliti, memberikan penjelasan dan pengarahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Restu Pramudita, selaku Pemilik dari *Online Shop RNB_Style* yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk melakukan penelitian *Online Shop RNB_Style*.

3. Ibu Feny Rachma dan Ibu Adisty Ngudiyani selaku Wakil Konsumen *Online Shop RNB_Style* yang telah memberikan waktunya dan informasi kepada peniliti.
4. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Ketua Program Studi Advertising and Marketing Communication.
5. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah membantu peneliti dalam pembuatan surat-surat dan kegiatan administrasi lainnya.
7. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana khususnya Program Studi Advertising and Marketing Communication, terimakasih atas ilmu yang Bapak/ Ibu berikan kepada peneliti mulai dari semester pertama hingga semester akhir.
8. Kepada orang tua yaitu ayah dan mamah ku, ketiga orang kakak-kakak ku dan sodara, terima kasih sudah senantiasa mendampingi, memberi dukungan moral, nasihat, do'a dan semangat agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Yoga Arief Widayanto yang telah memberikan dukungan, do'a, perhatian, semangat, dan selalu membantu serta menemani dalam keperluan selama proses skripsi ini untuk dapat menyelesaikan dengan baik.
10. Teman-teman satu bimbingan yaitu Yoga, Rika, Sarifah, Putri Tia, Hilda, Ani, Ulfa, Putri Hastuti, Elsa, Elvrida, dan Syanthy yang telah memberikan dukungan, semangat, dan menjadi tempat untuk saling bertukar pikiran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

11. Para sahabat : Rika, Julia, Vicky, Alfiyah, Disty, Puput, Weny, Anggun, Andini, Risma, *team DJ-Organizer*, MGG (Anggie, Ayas, Dede, Dina, Diny, Jeje, Nia, Ningsih, Nola, Oji, dan Riza) dan The Rempong Marcomm 2011 yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman *Advertising and Marketing Communication* seperjuangan angkatan 2011 di Univeristas Mercu Buana yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan baik dari materi maupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangatlah peneliti harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.



Ovi Novitasari

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.2.1 Perencanaan	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Identifikasi Masalah	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat teoritis/ akademis	7
1.5.2 Manfaat Praktisi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi Pemasaran	8
2.1.1 Pemsaran Interaktif/ <i>Internet</i>	13
2.2 <i>Digital Media</i>	14

2.3	Strategi Promosi <i>Online</i>	14
2.3.1	Analisis <i>SWOT</i>	16
2.3.2	Analisis <i>STP</i>	17
2.3.3	Analisis Proses Komunikasi	18
2.3.4	Penentuan Anggaran	19
2.3.5	Merencanakan Program <i>IMC</i>	20
2.3.6	Pengawasan dan Evaluasi.....	22
2.3.7	<i>Instagram</i> Sebagai Media Promosi	22
2.4	Perbedaan Bisnis <i>Online</i> Dengan Toko <i>Online</i>	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Paradigma	29
3.2	Tipe Penelitian	29
3.3	Metode Penelitian	30
3.4	Subjek Penelitian	20
3.5	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.1	Data Primer	32
3.5.2	Data Sekunder	32
3.6	Definisi Konsep.....	33
3.7	Teknik Analisis Data	33
3.8	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
4.2	Hasil Penelitian	39

4.2.1	Deskripsi Penemuan.....	40
4.2.2	Perencanaan	40
4.2.2.1	Analisis <i>SWOT</i>	40
4.2.2.2	Analisis <i>STP</i>	45
4.2.2.3	Analisis Proses Komunikasi.....	47
4.2.2.4	Penentuan Anggaran	48
4.2.2.5	Merencanakan Program <i>IMC</i>	49
4.2.2.6	Pengawasan dan Evaluasi	65
4.2.3	Hasil Analisis Data.....	68
BAB V	SARAN DAN KESIMPULAN	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	81
5.2.1	Saran Akademis	81
5.2.2	Saran Praktisi	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN		
CV		

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Peningkatan Penjualan <i>OS RNB_Style</i>	5
Table 2.4 Perbedaan Bisnis <i>Online</i> dengan Toko <i>Online</i>	25



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Produk yang Dijual Secara <i>Online</i>	4
Gambar 2.1 Elemen Bauran Promosi.....	11
Gambar 4.1 Logo <i>Online Shop RNB_Style</i>	35
Gambar 4.2 Baju-Baju yang Dijual <i>Online Shop RNB_Style</i>	36
Gambar 4.3 <i>Group Line Online Shop RNB_Style</i>	37

