



**IMPLEMENTASI PROMOSI GIEESHOP DI INSTAGRAM
UNTUK MEMBIDIK KONSUMEN**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

ARWIYANDILLA GESJA SUPRIYAN
44312120137

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI PROMOSI GIEESHOP DI
INSTAGRAM UNTUK MEMBIDIK KONSUMEN**

Nama : Arwiyandilla Gesja Supriyan

NIM : 44312120137

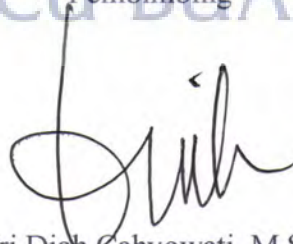
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 17 Juli 2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing



(Tri Diah Cahyowati, M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI PROMOSI GIEESHOP DI
INSTAGRAM UNTUK MEMBIDIK KONSUMEN**

Nama : Arwiyandilla Gesja Supriyan

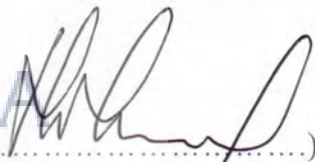
NIM : 44312120137

Fakultas : Ilmu Komunikasi

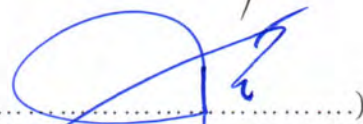
Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 4 Agustus 2015

Ketua Sidang,
Morrison, M,A

()

Penguji Ahli,
Dr. Farid Hamid M.Si

()

Pembimbing I
Tri Diah Cahyowati, M.Si.

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI PROMOSI GIEESHOP DI
INSTAGRAM UNTUK MEMBIDIK KONSUMEN**

Nama : Arwiyandilla Gesja Supriyan

NIM : 44312120137


Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 4 Agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh,

MERCU BUANA
Pembimbing



(Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Marcomm



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)



(Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbil'alamiin*. Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan dan waktu yang telah ditentukan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi bidang studi Advertising dan Marketing Communication pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis memperoleh banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan skripsi ini, oleh karenanya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. sebagai dosen pembimbing yang dengan sabar membantu dan membimbing penulis hingga selesainya skripsi ini.
- 2) Regina Syafinas selaku owner dan pengelola instagram Gieeshop begitu juga dengan Jodia Pravita selaku konsumen follower Gieeshop
- 3) Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si. dan Dadan Iskandar, Drs. M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- 4) Dr. Farid Hamid M, Si dan Morissan MA. selaku Penguji Ahli dan Ketua Sidang atas waktu, kritik, dan sarannya.
- 5) Ibunda Budhewi Intan dan Ayahanda Desi Supriyan serta adik-adik dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
- 6) Angel terima kasih atas bantuan, semangat serta doanya untuk penulis.

- 7) Rekan-rekan Mahasiswa Marcom Femy, Gedtri, Sarah, Fadly, Reza, Mita, Sila, Zaki, Dodi, Yossi, Sandi, Eka, Mail, Dila dan yang tidak bisa disebutkan seluruhnya. Terimakasih banyak sudah menjadi rekan selama menimba ilmu di Universitas Mercu buana
- 8) Rekan satu bimbingan terimakasih untuk tetap saling menyemangati
- 9) Kepada Grup Serius Bermanfaat yang selalu memberikan keceriaan setiap harinya kepada penulis.
- 10) Semua rekan-rekan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membaca dan memerlukan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Depok, 17 Juli 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	v
KATA PENGATAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	15
2.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	18
2.2.3 Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu	21
2.3 Promosi	23
2.3.1 Pengertian Promosi	23
2.3.2 Tujuan Kegiatan Promosi	26
2.3.3 Bauran Promosi	27
2.4 Pengertian Media Internet	30

2.4.1 Kelemahan Media Internet	33
2.4.2 Kelebihan Media Internet	33
2.5 Media Sosial	34
2.5.1 Pengertian Media Sosial	34
2.5.2 Karakteristik Media Sosial	34
2.5.3 Manfaat Media Sosial	35
2.6 Instagram	36
2.6.1 Instagram Sebagai Media Promosi	38
2.6.2 Sistem SFS Online Shop di Instagram	41
2.6.3 Perbedaan Sistem Dropship dan Sistem Reseller	45
2.6.4 Istilah yang Lazim dalam Transaksi Jual Beli di Online Shop	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1 Paradigma Penelitian	53
3.2 Tipe Penelitian	54
3.3 Metode Penelitian	55
3.4 Subjek Penelitian	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Teknik Analisis Data	58
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
4.1.1 Profil Online Shop Gieeshop	61
4.1.2 Produk Gieeshop	62
4.2 Hasil Penelitian	64
4.3 Pembahasan	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Komunikasi	13
Gambar 2.2 Logo Instagram	36
Gambar 4.1 Logo Gieeshop	61
Gambar 4.2 Logo Forever21, H&M dan Zara	62
Gambar 4.3 Stripe tube Sling Bag Stradivarius di akun Instagram @Gieeshop	63
Gambar 4.4 Instagram Gieeshop	69
Gambar 4.5 Promo Gieesho di akun fb Pribadi Regina Syafinas	71
Gambar 4.6 Promo Gieesho di akun fb Pribadi Regina Syafinas	72
Gambar 4.7 Salah Satu Produk Produk Gieeshop	73
Gambar 4.8 FAQ Gieeshop	75
Gambar 4.9 Produk Produk Gieeshop di instagram	77
Gambar 4.10 Hastag yang digunakan Gieeshop disetiap fotonya	79
Gambar 4.11 Percakapan dengan Calon Konsumen Gieeshop	79
Gambar 4.12 Testimoni Konsumen Gieeshop di akun Instagram	82
Gambar 4.13 Contact Person Instagram Gieeshop	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	103
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan	105
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Konsumen	111

