

PENYAMPAIAN PESAN DIGITAL MARKETING  
TOKO ONLINE DAN VISTORE

SKRIPSI



Oleh:

RIZKI FADILA AMINI  
NBI: 1151501213

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
2019

**PENYAMPAIAN PESAN DIGITAL MARKETING  
TOKO ONLINE DAN VISTORE**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi*



**OLEH :**

**RIZKI FADILA AMINI**

**NBI : 1151501213**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2019**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Rizki Fadila Amini

NBI : 11515011213


Judul : Penyampaian Pesan Digital Marketing Toko Online Danvistore

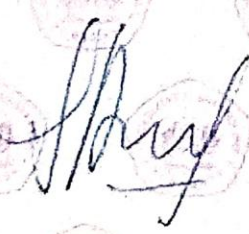
Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945  
Surabaya

Surabaya, 09 Agustus 2019

Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing

  
Dr. Endro Tjahjono, MM

  
Dra. Sri Andayani, MM

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

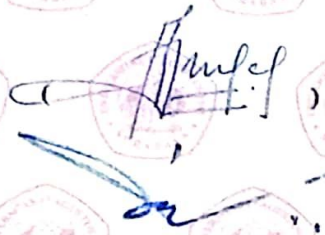
Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 09 Agustus 2019

**Dewan Penguji :**

1. **Dra. Sri Andayani, MM**  
Ketua



2. **Dr. Ayun Maduwinarti, MP**  
Anggota

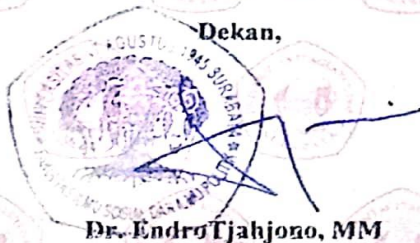


3. **Drs. Widvatmo Ekoputro, MA**  
Anggota

**Mengesahkan**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**Dekan,**



**Dr. Endro Tjahjono, MM**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini,

Nama : Rizki Fadila Amini  
NBI : 1151501213  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Penyampaian Pesan Digital Marketing Toko Online Danvistore

Menyatakan,

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut mencantumkan sumber dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka maka saya bersedia menerima sanksi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 16 Juli 2019



Rizki Fadila Amini



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
JL SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TLP. 031 593 1800 (EX 311)  
EMAIL PERPUS@UNTAG-  
SBY.AC.ID.

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Fadila Amini  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk  
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945  
Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-  
Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

### “PENYAMPAIAN PESAN DIGITAL MARKETING TOKO ONLINE DANVISTORE”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-  
Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945  
Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan,  
mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat,  
mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 05 Agustus 2019

Yang Menyatakan



(Rizki Fadila Amini)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT serta junjungan kita Nabi Muhammad SAW atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis. Berkat ridho dan kehendak-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Penyampaian Pesan Digital Marketing Toko Online Danvistore”.

Penulis menyadari atas keterbatasan yang dimiliki, maka dari itu masih banyaknya kekurangan yang ditemui dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi materi maupun bentuk penyajiannya. Namun dengan niat yang tulus serta dorongan dari berbagai pihak, hingga akhirnya penelitian ini dapat tersusun.

Pada kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah peduli membantu, baik secara materi maupun non materi. Serta tak henti-hentinya memberi dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA.,CPA selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Endro Tjahjono, MM selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos M.Med.Kom selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Sri Andayani, MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis.
5. Afifatur Rohimah, S.AB., M.I.Kom selaku dosen pembimbing 2 yang telah sabar memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis
6. Dra. Tri Yulianti, M.Si., selaku dosen wali yang sudah memberi arahan kepada penulis sejak semester awal.
7. Seluruh dosen jurusan Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah mengajarkan penulis sebagai pelajaran berharga selama mengikuti mata kuliah.
8. Seluruh staff sekretariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
9. Kepada pihak Danvistore yang telah menerima serta mengizinkan penulis dan memberi kesempatan untuk melakukan penelitian
10. Ayah Pugh Trianto dan ibu Grahini Suswanti selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tidak pernah putus, terimakasih banyak karena selalu mendukung semua keputusan yang

penulis ambil, yang sudah merelakan dan mengikhlaskan penulis untuk pergi menuntut ilmu jauh dari rumah. Serta Nabilla Mutammimah adik penulis satu-satunya yang selalu bisa menjadi pendengar dan teman yang sangat baik. Skripsi ini penulis persembahkan untuk mereka, karena berkat doa dan kasih sayang mereka penulis memiliki tekad untuk menyelesaikan proses perkuliahan ini

11. Terimakasih untuk teman-teman penulis yang selalu mendorong, memberikan semangat, membantu dalam segala hal dan motivasi. Umar, Ratih Galuh Pradewi, Almira M S, Winda Prameswara, Nita Andrianti, Theresia Ine S.S, Halimatus Sa'diah, Huhestin Briami Oktaviah, Harum K. Hayati, Mabrur dan semua teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, terimakasih atas semua kisah dan kenangan baik suka maupun duka yang telah dilalui bersama.
12. Untuk Siska Suryanto, Yoestine Stefany Sulu, Nelly Ardelima, Dian Hermawati, Hilda Silpitryani, Putri Rachmawati, Ainun Saraswati, dan Bayu Aji Nugraha terimakasih banyak telah memberikan motivasi untuk segera pulang dan menyelesaikan perkuliahan ini. *I can't describe how lucky I'am to have you guys!*
13. Teman-teman KKN Reguler Desa Sembunganyar 2019 keluarga baru yang sangat menyenangkan semoga silaturahmi kita tidak putus seiring berjalannya waktu.
14. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan yang jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan setiap pembacanya.

Surabaya, 16 Juli 2019

Rizki Fadila Amini



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi hadir sebagai solusi untuk memudahkan kegiatan, semua hal dan setiap orang dapat terkoneksi dengan cepat. Hal ini yang menyebabkan bisnis *online* semakin banyak diminati. Danvistore sebagai salah satu bisnis yang menjual produk *apple* dan memasarkan produknya melalui *online shop*. Ditengah bisnis *online* yang sangat ketat, Danvistore menyampaikan beberapa pesan efektif untuk menarik minat beli konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan. **Tujuan** penelitian ini adalah untuk mengetahui penyampaian pesan *digital marketing* yang dilakukan toko *online* Danvistore.

Penelitian ini menggunakan **metode deskriptif kualitatif**, dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan peneliti yaitu teori penyampaian pesan efektif dan manfaat *digital marketing*. Narasumber dari penelitian ini adalah pemilik toko Danvistore dan dua konsumen dari Danvistore. **Hasil penelitian** ini menunjukkan bahwa Danvistore menerapkan tiga elemen dari enam elemen *digital marketing* yaitu *target marketing*, *information access* dan juga *sales potential*. Dan menerapkan Sembilan elemen dari sebelas elemen penyampaian pesan efektif antara lain, pesan menarik perhatian, pesan menciptakan minat, pesan menciptakan rasa percaya, pesan mengengang, pesan memberikan informasi, pesan mengajarkan, pesan yang membujuk, pesan yang menciptakan asosiasi *brand*, dan pesan yang memicu tindakan. Semua dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan.

**Kata kunci:** *bisnis online, digital marketing, penyampaian pesan efektif*

## **ABSTRACT**

The development of technology is present as a solution to facilitate activities, everythings and everyone can be connected quickly. This is what causes online businesses to be increasingly in demand. Danvistore is a bussiness that sells apple products and markets its products through an online shop. Amid a very tight online business, Danvistore delivered several effective messages to attract consumer buying interest so as to increase sales. The purpose of this study was to determine the delivery of digital marketing messages carried out by Danvistore online stores.

This research uses descriptive qualitative method, by collecting data through interviews and documentation. The technique of analyzing data is through data reduction, data presentation and conclusion drawing. The theory used by researchers is the theory of effective message delivery and the benefits of digital marketing. The speakers from this study were Danvistore shop owners and two consumers from Danvistore. The results of this study indicate that Danvistore applies three elements of the six elements from digital marketing, namely target marketing, information access and also sales potential. And implementing nine elements from eleven effective message delivery elements, among others, messages attract attention, messages create interest, messages create trust, messages remember, messages provide information, messages teach, messages that persuade, messages that create brand associations, and messages that trigger action. All is done in an effort to increase sales.

**Keywords: online business, digital marketing, effective message delivery**

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Lembar Persetujuan Skripsi.....	ii
Tanda Pengesahan Skripsi.....	iii
Surat Pernyataan Keaslian.....	iv
Motto.....	v
Abstrak.....	vi
Abstract.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
-------------------------------	----

2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2 Penyampaian Pesan <i>Digital Marketing</i> .....	18
2.2.2.1 Penyampaian Pesan.....	19
2.2.2.2 <i>Digital Marketing</i> .....	23
2.3 Kerangka Berpikir.....	29

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Tipe Penelitian.....	30
3.2 Lokasi Penelitian.....	31
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Teknik Analisis Data.....	33
3.5 Keabsahan Data.....	34

### **BAB IV DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Objek.....	35
4.1.1 Profil dan Sejarah Danvistore.....	35

4.1.2 Logo atau Lambang Danvistore.....	36
4.1.3 Lokasi Penelitian.....	36
4.1.4 Profil Informan.....	37
4.2 Penyajian Data.....	37
4.2.1 Penerapan Digital Marketing.....	37
4.2.2 Pelaksanaan Penyampaian Pesan.....	40
4.3 Analisis dan Pembahasan.....	54
4.3.1 Analisis Data.....	54
4.3.1.1 Penerapan Digital Marketing.....	55
4.3.1.2 Penyampaian Pesan.....	58
4.3.2 Pembahasan.....	64
4.3.2.1 Penyampaian Pesan Digital Marketing Toko Online Danvistore.....	64

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Rekomendasi.....	72

**DAFTAR PUSTAKA.....73**

**LAMPIRAN.....76**

## **DAFTAR TABEL**

1.1 Profil Informan.....	37
1.2 Kisaran Harga Produk.....	38
1.3 Penerapan Penyampaian Pesan Efektif oleh Toko Online Danvistore...	66

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Statistik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Januari 2019.....	1
1.2 Data Pengguna Telepon, Internet dan Medsos.....	4
1.3 Jumlah Pengguna Medsos di Indonesia.....	5
1.4 Unggahan Foto Instagram Burger King.....	8
1.5 Unggahan Foto Instagram Danvistore.....	8
2.3 Kerangka Berpikir.....	29
4.1 Logo Danvistore.....	36
4.2 Lokasi Rumah Pemilik Toko Danvistore.....	36
4.3 Akun Instagram yang Tidak Dikunci.....	39
4.4 Bio Instagram Danvistore.....	41
4.5 Promo Danvistore.....	41
4.6 Testimoni Konsumen Melalui Transaksi COD.....	43
4.7 Testimoni Pengiriman Luar Kota.....	43
4.8 <i>Contact Admin</i> melalui <i>Linktr.ee</i> .....	45
4.9 Pesan yang Mengajarkan.....	46

4.10 <i>Paid Promote</i> Selebgram.....	47
4.11 Logo Danvstore.....	47
4.12 Testimoni Dengan Menambahkan Logo.....	48
4.13 Pesan yang Memicu Tindakan.....	49
4.14 Fitur <i>Highlights</i> Instagram Danvstore.....	50