

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YOIWOY.SIZE THRIFT JOMBANG MELALUI INSTAGRAM

SKRIPSI

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



Oleh :

**Junia Franziska J.P.A
1151900282**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YOIWOY.SIZE THRIFT JOMBANG MELALUI INSTAGRAM

SKRIPSI

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



Oleh :

**Junia Franziska J.P.A
1151900282**

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

202

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Junia Franziska Jerry Putri Asri
NBI : 1151900282
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
YOIWOY.SIZE THRIFT JOMBANG MELALUI
INSTAGRAM

Surabaya, 26 Juni 2023

Mengetahui,

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



Dr. Dra Ayu Maduwinarti, M. P
NPP. 20120.87.0103

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing






Bagus Cahyo Shah Adhi
Pradana S. Sos., M. Med.

Kom
NPP. 20150180777

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan sidang penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana :

Dewan Penguji

1. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.** ()
Sos., M. Med.Kom
Ketua
2. **Mohammad Insan Romadhan,** ()
S.I.Kom., M.Med.Kom
Anggota
3. **Dr. Hamim S. Sos M. I. Kom** ()
Anggota

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



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Junia Franziska J.P.A
NBI : 1151900282
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI YOIWOY.SIZE
THRIFT JOMBANG MELALUI INSTAGRAM

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 26 Juni 2023
Yang Membuat Pernyataan



Junia Franziska J.P.A
NBI. 1151900282



UNIVERSITAS
17AGUSTUS1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45
SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX311)
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 bertandatangan di bawah ini :

Nama : **Junia Franziska Jerry Putri Asri**
NBI : **1151900282**
Fakutas : **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 Non eksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

“Strategi Komunikasi Pemasaran Yoiwoy.Size Thrift Jombang Melalui Instagram”

Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (**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 : 26 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Junia Franziska J.P.A
NBI. 1151900205

ABSTRACT

In a marketing communication activity, a product or service can be more easily recognized by the general public if it has an interesting element and is not owned by other companies. In this study, researchers used Yoiwoy.Size as a research object with a focus on product promotion through marketing communication strategies carried out by Yoiwoy.Size. One of the marketing communication strategies carried out is through Instagram social media promotion media, where Instagram is more easily accessible to the public by presenting interesting content in the form of videos and photos with the aim of getting interaction from the public. This study aims to gain practical and theoretical understanding regarding marketing communication strategies developed through the 4P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion) by testing the AIDA theory (Attention, Interest, Desire, Action). This research method applies descriptive qualitative method through descriptive qualitative research with data collection techniques in the form of observation, in-depth interviews, and documentation. The theory used in this research is AIDA. The results of this study show AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) using new media such as Instagram social media. With social media, Instagram can easily actively interact with followers or audiences to be able to promote Yoiwoy.Size, and can be easily recognized by the public.

Keywords: Marketing communication, Marketing mix, Instagram, Yoiwoy.Size

ABSTRAK

Dalam suatu kegiatan komunikasi pemasaran, suatu produk atau jasa dapat lebih mudah dikenal oleh khalayak umum apabila memiliki unsur yang menarik dan tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Yoiwoy.Size sebagai objek penelitian dengan fokus promosi produk melalui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Yoiwoy.Size. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan, salah satunya melalui media promosi media sosial Instagram, dimana Instagram lebih mudah dijangkau oleh masyarakat dengan menyajikan konten menarik baik berupa video maupun foto dengan tujuan mendapat interaksi dari masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman praktis dan teoritis terkait strategi komunikasi pemasaran yang dikembangkan melalui bauran pemasaran 4P (*Produk, Price, Place, Promotion*) dengan menguji teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Metode penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif melalui penelitian deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah AIDA. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pada AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dengan menggunakan media baru seperti media sosial Instagram. Dengan media sosial Instagram dapat dengan mudah berinteraksi secara aktif dengan *followers* atau khalayak untuk dapat mempromosikan Yoiwoy.Size, serta dapat mudah dikenal oleh masyarakat.

Kata Kunci : Komunikasi pemasaran, Bauran pemasaran, Instagram, Yoiwoy.Size

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Rahmat dan karena limpahan-Nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Yoiwoy.Size Thrift Jombang Melalui Instagram” sebagai syarat utama untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Tentunya dalam penulisan skripsi ini, banyak kekurangan yang tidak disadari dan tidak sengaja, tetapi penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini, tidak lepas bantuan, bimbingan, dorongan, serta nasehat dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Dra Ayun Mawudinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.
2. Mohammad Insan Romadhan S.I.Kom., M. Med Kom selaku Kepala Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.
3. Bagus Cahyo Shah Adi Pradana, S. Sos., M.Med. Kom selaku dosen pembimbing pertama. Terima kasih atas bimbingan, arahan, dorongan, kritik dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M. Med. Kom selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih sudah memberikan arahan, meluangkan waktu, melakukan bimbingan secara online, memberikan kritik dan saran dalam memperbaiki skripsi ini.
5. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang sudah memberikan waktu mengajarserta ilmu pengetahuan kepada penulis sebagai mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Owner Yoiwoy.Size dan seluruh staff Yoiwoy.Size yang sudah memberikan kesempatan untuk membantu memberikan keterangan dan data dalam penulisan skripsi ini.

7. Kedua orang tua Ibu, Ayah, Adik dan keluarga besar yang telah memberikan semangat dan do'a untuk penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Moh. Iqbal Hari Wibowo, yang sudah menjadi support system dalam penulisan laporan akhir ini. Terimakasih telah menjadirumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan yang telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan waktu dan senantiasa sabar menghadapi mood saya.
9. Para sahabat saya, Regitha Bella Sofayana, Viga Viesta Virginia, Annisa Indira Putri, Lale Nadia Ardini Aprilia yang telah memberikan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman kerja saya, Mbak Sari, Mbak Nurul, Isma, Intan yang telah memberi dukungan dalam proses penulisan skripsi saya.
11. Semua pihak yang sudah membantu penulis dalam melakukan penelitian dan pengerjaan selama skripsi yang telah dapat disebutkan satu per Satu.

Banyak terlukiskan rasa terima kasih penulis atas semuanya. Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terimakasih dan meminta maaf apabila dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Surabaya, 26 Juni 2023
Yang membuat pernyataan

(Junia Franziska)

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Halaman Judul	ii
Tanda Persetujuan Skripsi	iii
Tanda Pengesahan Skripsi	iv
Surat Pernyataan Keaslian	v
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	vi
Abstract	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Peneliti Terdahulu	5
2.2 Critical Review.....	6
2.3 Landasan Teori.....	8
2.3.1 Strategi Komunikasi.....	8
2.3.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.3.3 Teori AIDA	11

2.4 Landasan Konseptual	13
2.4.1 Media Sosial.....	13
2.4.2 Instagram.....	14
2.5 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	19
3.2 Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian.....	19
3.2.1 Subjek Penelitian.....	19
3.2.2 Objek Penelitian	20
3.2.3 Lokasi Penelitian.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.3.1 Data Primer	20
3.3.2 Data Sekunder	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.4.1 Teknik Observasi.....	21
3.4.2 Teknik Wawancara.....	21
3.4.3 Teknik Dokumentasi	21
3.5 Teknik Analisis Data.....	21
3.5.1 Reduksi Data	22
3.5.2 Penyajian Data.....	22
3.5.3 Penarikan Kesimpulan.....	22
3.6 Teknik Keabsahan Data	22
3.6.1 Triangulasi Data.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	23
4.1.1 Profil Perusahaan.....	23
4.1.2 Target Konsumen.....	24
4.1.3 Struktur Organisasi.....	25

4.1.4 Lokasi Bisnis	25
4.2 Pembahasan AIDA	25
4.2.1 <i>Attetion</i> (Perhatian).....	25
4.2.2 <i>Interest</i> (Ketertarikan / Minat)	29
4.2.3 <i>Desire</i> (Keinginan)	33
4.2.4 <i>Action</i> (Tindakan).....	36
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Rekomendasi	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	5
---------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1Kerangka Pemikiran	6
Gambar 4. 1Logo Yoiwoy.Size	23
Gambar 4. 2 Instagram Yoiwoy.Size	24
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi	25
Gambar 4. 4Produk Yoiwoy	27
Gambar 4. 5 Promosi Yoiwoy.Size.....	28
Gambar 4. 6 Feeds Instagram Produk Yoiwoy.Size.....	30
Gambar 4. 7 Promosi Melalui Media Sosial Instagram Yoiwoy.Size	32
Gambar 4. 8 Produk Yoiwoy.Size	34
Gambar 4. 9 Instagram Yoiwoy.Size.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	45
Lampiran 2 <i>Transkrip</i> Hasil Wawancara	46
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	51
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian	52
Lampiran 5 Kartu Bimbingan	54
Lampiran 6 Lembar Revisi	56
Lampiran 7 Hasil Turnitin	59