

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BAJU  
KAOS MELALUI AKUN INSTAGRAM**

**@rumah\_baca\_aksara**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**MARIA ANGELA ILUT TAMPUR**

**NPM : 1151900073**

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

**2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BAJU  
KAOS MELALUI AKUN INSTAGRAM**

**@rumah\_baca\_aksara**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**MARIA ANGELA ILUT TAMPUR**

**NPM : 1151900073**

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

**2024**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : **MARIA ANGELA ILUT TAMPUR**

NPM : 1151900073

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BAJU  
KAOS MELALUI AKUN INSTAGRAM @rumah\_baca\_aksara

Surabaya, 4 Januari 2024

**Mengetahui :**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

**Disetujui.**

Dosen Pembimbing



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**

**NPP. 20120870103**



**Drs. Edy Sudarvanto, M.I.Kom**

**NPP. 20130880165**

**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 4 Januari 2024.

Dewan Penguji :

1. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

Ketua

2. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Anggota

3. Hamim, S. Sos., M.I.Kom

Anggota

Mengesahkan,

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

Dr. Arun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : **MARIA ANGELA ILUT TAMPUR**  
NPM : 1151900073  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU  
BAJU KAOS MELALUI AKUN INSTAGRAM  
@rumah\_baca\_aksara

Menyatakan

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri serta atas bimbingan dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan 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 mencatumkan sumber dan mencatumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbuka sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencatumkan 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, 4 Januari 2024  
Yang membuat pernyataan



*Maria Angela Ilut Tampur*  
**MARIA ANGELA ILUT TAMPUR**



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maria Angela Ilut Tampur  
NBI/NPM : 1151900073  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

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

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU  
BAJU KAOS MELALUI AKUN INSTAGRAM  
@rumah\_baca\_aksara\_Project

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 :

Yang menyatakan,



(Maria A. I. Tampur.)

\*Coret yang tidak perlu

## ABSTRACT

*The research aims to understand the integrated marketing communication strategy of t-shirt products through the Instagram account of the Rumah Baca Aksara community. The research method used is qualitative descriptive research. The research subjects are the digital marketing team and the creative team of the community. The research findings will be presented in the form of descriptive data obtained from interviews, observations, and documentation. The research will focus on understanding the overall picture of the integrated marketing communication strategy of t-shirt products through the Instagram account of the Rumah Baca Aksara community. The research question is "How is the integrated marketing communication strategy of t-shirt products through the Instagram account of the Rumah Baca Aksara community?" The research aims to contribute to the field of communication science, specifically in the area of integrated marketing communication strategies that help educate the public about t-shirt products. The practical benefit of this research is to provide insights into the marketing strategy used by the Rumah Baca Aksara community to promote their products. The research will use the IMC analysis to examine the communication marketing strategy through Instagram and the challenges faced by the community in marketing their products on Instagram. The theoretical foundation of the research is the strategy in communication, which is the way to organize communication operations to succeed.*

**Keywords:** *Marketing, Communication, Insatram, Rumah Baca Aksara Community*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi pemasaran terpadu produk kaos melalui akun Instagram komunitas Rumah Baca Aksara. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian melibatkan tim pemasaran digital dan tim kreatif dari komunitas tersebut. Temuan penelitian akan disajikan dalam bentuk data deskriptif yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini akan difokuskan pada pemahaman gambaran keseluruhan strategi komunikasi pemasaran terpadu produk kaos melalui akun Instagram komunitas Rumah Baca Aksara. Pertanyaan penelitian adalah "Bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu produk kaos melalui akun Instagram komunitas Rumah Baca Aksara?" Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam area strategi komunikasi pemasaran terpadu yang membantu mendidik masyarakat tentang produk kaos. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh komunitas Rumah Baca Aksara untuk mempromosikan produk mereka. Penelitian ini akan menggunakan analisis IMC untuk mengkaji strategi komunikasi pemasaran melalui Instagram dan tantangan yang dihadapi oleh komunitas dalam memasarkan produk mereka di Instagram. Dasar teoritis penelitian ini adalah strategi dalam komunikasi, yaitu cara mengorganisir operasi komunikasi untuk mencapai kesuksesan.

**Kata kunci: Pemasaran, Komunikasi, Instagram, Komunitas Rumah Baca Aksara**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BAJU KAOS MELALUI AKUN INSTAGRAM @rumah\_baca\_aksara” yang merupakan tugas akhir sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan Program Studi Sarjana (Strata-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kebijaksanaannya untuk memberikan kesempatan dan fasilitas guna penulisan proposal skripsi ini.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, atas kebijaksanaannya untuk memberikan kesempatan dan fasilitas guna penulisan proposal skripsi ini.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I. Kom., M.Med.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, atas kebijaksanaannya untuk memberikan kesempatan dan fasilitas guna penulisan proposal skripsi ini.
4. Bapak Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom dan Amalia Nurul Muthmainah, S.I.Kom., MA. Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan motivasi - motivasinya guna penyelesaian proposal skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmunya sehingga bisa terselesaikannya proposal skripsi ini.
6. Kedua Orang tua, serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberi semangat sehingga proposal skripsi ini bisa selesai.
7. Semua teman - teman kuliah yang tidak saya sebutkan satu per satu.

Tentunya dalam penyusunan proposal skripsi ini masih terdapat adanya kekurangan dan kelemahan yang mungkin terjadi. Hal ini pun sudah merupakan usaha maksimal yang saya lakukan dan mengingat keterbatasan kemampuan yang saya miliki. Namun ini tidak berarti bahwa saya menutup segala kemungkinan tentang adanya saran-saran demi adanya perbaikan dan kesempurnaan dari rekan pembaca. Dan akhirnya saya berharap semoga skripsi ini memberi manfaat bagi kita semua

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	9
2.3 Landasan Konseptual .....	10
2.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	10
2.3.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	12
2.3.3 Media Sosial.....	14
2.3.3.1 Instagram.....	14
2.3.4 Komunitas .....	17
2.4 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....	19
3.1 Pendekatan Penelitian.....	19
3.2 Jenis Penelitian.....	19

3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	19
3.3.1 Subjek Penelitian.....	19
3.3.2 Objek Penelitian.....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.4.1 Jenis Data (Primer dan Sekunder).....	20
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5 Teknik Analisis Data.....	23
3.6 Keabsahan Data.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	25
4.1 Deskripsi Objek.....	25
4.1.1 Gambaran Umum Komunitas Rumah Baca Aksara.....	25
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	26
4.2.1 Segmentasi.....	27
4.2.2 Targeting.....	27
4.2.3 Positioning.....	28
4.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Baju Kaos Melalui Akun Instagram @rumah_baca_aksara_project dengan menggunakan analisis IMC.....	28
4.3.1 <i>Advertising</i> (Periklanan).....	28
4.3.2 <i>Public Relations and Publicity</i> (Hubungan Masyarakat dan Publisitas).....	30
4.3.3 <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	31
4.3.4 <i>Event and Experiences</i> (Acara dan Pengalaman).....	32
4.3.5 <i>Online and Social Media Marketing</i> (Online dan Pemasaran Media Sosial).....	33
4.4 Pembahasan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Komunitas Rumah Baca Aksara melalui akun Instagram @rumah_baca_aksara melalui teori Uses and Gratification.....	36
BAB V PENUTUP.....	39
5.1 Kesimpulan.....	39
5.2 Rekomendasi.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN.....	43

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Pengguna Instagram Usaha Sablon Baju .....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3. 1 Nama dan Kriteria Informan .....	21
Tabel 4. 1 Fitur Instagram Komunitas Rumah Baca Aksara .....	34

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram Rumah Baca Aksara .....	2
Gambar 1. 2 Konsep Instagram komunitas Rumah Baca Aksara.....	4
Gambar 1. 3 Konsep Instagram floFlash .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Dasar Penelitian.....	18
Gambar 4. 1 Anggota Komunitas Rumah Baca Aksara .....	26
Gambar 4. 2 Sponsorship .....	30
Gambar 4. 3 Galang Dana .....	31
Gambar 4. 4 Baju dengan tulisan goet.....	32
Gambar 4. 5 Merchandise .....	32

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Guide Interview .....	43
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara .....	45
Lampiran 3 : Dokumentasi .....	53
Lampiran 4 : Hasil Turnitin .....	55
Lampiran 5 : Kartu Bimbingan.....	59
Lampiran 6 : Lembar Revisi.....	61