

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4. 1 Logo Binara Official	31
Gambar 4. 2 Toko Binara Official	32
Gambar 4. 3 Lokasi Binara Official	32
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Binara	33
Gambar 4. 5 Kategori Kids Qavio.....	34
Gambar 4. 6 Kategori Couple Urfimutiyaro	35
Gambar 4. 7 Kategori Family Sarimbit	35
Gambar 4. 8 Toko binara Official	39
Gambar 4. 9 Promosi binara Official	41
Gambar 4. 10 Promosi Discount	44
Gambar 4. 11 Produk Binara official	46
Gambar 4. 12 Promo Diskon.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Key Informant	24

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

A. Gambaran Umum / Profil Perusahaan

1. Alasan menamai "Binara Official"?
2. Apa visi dan misi yang dimiliki oleh Binara Official ini?
3. Struktur organisasi Binara Official?
5. Produk apa saja yang ada di Binara Official?
6. Target pasar Binara Official?

B. Strategi Komunikasi Pemasaran

1. Bagaimana anda menetapkan segmentasi pada produk Anda ?
2. Bagaimana strategi Binara Official?
3. Apakah harga yang ditetapkan dapat berubah-ubah ?
4. Bagaimana cara anda menentukan usaha untuk menjangkau target pasar ?
5. Bagaimana cara anda memperkenalkan produk Anda ?

C. Model AIDA dan Instagram

1. Saluran komunikasi apa yang digunakan untuk menjangkau pelanggan?
2. Bagaimana konsep yang digunakan untuk mengkomunikasikan melalui Instagram tentang produk Binara Official ke publik ?
3. Apa strategi Binara Official untuk menjangkau konsumen ?
4. Bagaimana Binara Official akan mendapatkan ketertarikan konsumen ?
5. Apa strategi konten yang digunakan Binara Official ?
6. Bagaimana Binara Official dalam menyampaikan informasi ?
7. Bagaimana untuk berinteraksi secara personal dan membuat hubungan emosional ? melalui obrolan langsung atau media sosial ?
8. Apakah sudah cukup mudah bagi konsumen untuk terhubung dengan Binara Official ?
9. Bagaimana cara konsumen untuk terlibat di seluruh platform yang tersedia dan mereka?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Key Informan:

Identitas Informan

Nama : Ethiyal lafifah
Jenis Kelamin : Perempuan
Selaku : Owner Binara Official
Tempat wawancara : Toko Binara Official
Waktu wawancara : 19 Mei 2024

P : Untuk pertanyaan pertama , apa makna tau alasan menamai “Binara Official”

N1 : Nah, jadi untuk alasan kenapa memilih nama Binara Official itu pada tahun 2017 nama toko diambil karena saya dikaruniai anak perempuan yang bernama binar malaika ghaisani yang dimana nama tersebut dimanfaatkan lebih cocok dijadikan nama toko usaha yang menjadi “Binara Official”

P : Untuk visi dan misi yang dimiliki oleh Binara Official ini apa ?

N1 : Untuk visi dan misi kita itu menjadi busana muslim terbesar, terlengkap, trend setter, terpercaya dan terbaik di Indonesia. nah untuk yang visinya ini Meningkatkan kapasitas tim internal, Rutin menambah brand baru, Pemberdayaan tim internal dan Mitra, Menyasar pasar utama dalam bentuk jenjang Kemitraan Reseller dan Agen, Merekrut brand dengan reputasi baik, Memberikan fasilitas dan pelayanan kemitraan yang terus diupgrade agar binara semakin berkembang.

P : Apakah Binara Official memiliki struktur organisasi ?

N1 : Ada, untuk bagan struktur organisasinya akan saya kirimkan ke mas ya nanti. Jadi secara garis besar kita ada owner yaitu saya sendiri Ethiyal lafifah, ada juga staff sosial media Binara Official staff admin dan staff order dan pemesanan.

P : Produk apa saja yang ada di Binara Official?

N1 : Busana muslim kids dan family, juga remaja.

P : Apa target pasar Binara Official?

N1 : Untuk target pasar kita ke ibu-ibu muda atau ibu-ibu yang sudah berumur yang sudah berkeluarga terutama remaja juga karena harga jual kita cukup terjangkau. kita menjangkau masyarakat Sidoarjo dan

sekitarnya.

P : Media apa yang digunakan untuk menjangkau pelanggan?
Mengapa ?

N1 : Untuk media sendiri kita menggunakan media sosial Instagram sih mas nama akunya adalah @binara.official, soalnya menurut kita Instagram itu cukup besar penggunaanya dan fiturnya sangat beragam, memudahkan kita untuk melakukan promosi dan pemasaran, jangkauannya juga cukup luas.

P : Kontribusi apa saja yang sudah anda lakukan untuk Binara Official sebagai pemilik usaha ?

N1 : Sebagai pemilik usaha tidak bisa terjun langsung buat tidak ikut campur dengan semuanya, tetapi dilihat setiap harinya, restock barang, barang masuk (online update tiap hari) dan promo harian.

P : Bagaimana awal mula anda mendirikan usaha Binara Official?

N1 : Dari awal resign dari pekerjaan saya mencoba memulai penjualan dari ikut reseller lain lalu menyewa ruko dengan membeli stok banyak, namun terhenti dan awal masa covid-19 berpikir untuk bagaimana agar tetap bisa mendapatkan uang untuk biaya kebutuhan hidup, saya memutuskan untuk menjual dengan sisa stok produk ke media sosial dan akhirnya ada yang beli sampai sekarang

P : Sudah berapa lama anda memulai usaha Binara Official ?

N1 : Awal mula berdiri pada tanggal 27 november 2017 tetapi itu masih belum seperti sekarang, penjualan saya meningkat karena saya mencoba mempromosikan di Instagram

P : Dalam menjalani usaha, apakah ada hambatan terutama dalam internal atau eksternal ?

N : Internal mungkin kerja tim, anak baru adaplasi lama dibagian admin kasir, barang baru, masuk input barang, bayar pengiklnan, sistem eror. Eksternal : mungkin dulu waktu pandemi sepinya distributor dan penjualan online macet.

P : Menurut Anda, apa kelebihan dari usaha ?

N1 : Tiap hari tertentu ada promo, Beli grosir makin harga grosir, dan ada harga khusus untuk member customer yang sering melakukan pembelian ulang.

P : Menurut Anda apa kelemahan dari usaha Binara Official ?

N1 : Online belum meningkat masih kurang di tingkatkan lagi, dan katalog online juga kurang

P : Strategi apa yang diterapkan oleh Binara Official agar menjadi

- unggul dari pesaing dan menjadi pilihan pelanggan ?
- N1 : Segi harga sangat terjangkau, memberikan potongan harga, produk lengkap items family, dewasa, anak, cewek maupun cowok.
- P : Bagaimana Anda menetapkan segmentasi pada produk Anda
- N1 : Target ibu ibu muda dan yang sudah berkeluarga, perputarannya belum cepat akhirnya mendapatkan solusi yang bisa dipakai kalangan manapun tidak memandang usia.
- P : Bagaimana strategi penerapan harga yang ditetapkan oleh Binara Official ?
- N1 : Itu tergantung produk dari merek lain tapi pasinya kita kasih harga paling rendah dari pasar pastinya cara netapin dibawah pesaing.
- P : Apakah harga yang ditetapkan dapat berubah-ubah ?
- N : Harga berubah berdasarkan di hari event tertentu.
- P : Bagaimana cara Anda menentukan usaha untuk menjangkau target pasar ?
- N1 : Posisi di sidorjo sepanjang yang dekat dari kota gresik, surabaya
- P : Bagaimana cara Anda memperkenalkan produk Anda ?
- N1 : Dengan cara membuat konten foto dan vidio di instagram, dan melakukan promosi berbayar.

Key Informan:

Identitas Informan

- Nama : Eva Natasya
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Selaku : Staff Order dan Pemasaran Binara Official
- Tempat wawancara : Rumah Narasumber
- Waktu wawancara : 19 Mei 2024

- P : Untuk pertanyaan pertama ya, apa makna atau alasan menamai "Binara Official"
- N2 : Untuk alasan kenapa Namanya Binara Official itu di ambil dari anaknya mba Ethiyal lafifah, dari nama binar itu jadi Binara Official
- P : Untuk visi dan misi yang dimiliki oleh Binara Official ini apa ya ?
- N2 : Untuk visi dan misi kita itu sama seperti yang di katakan dari owner Binara Official menjadi penjual busana muslim terbesar, terlengkap, trend setter, terpercaya dan terbaik di Indonesia. nah untuk yang visinya ini Meningkatkan kapasitas tim internal, Rutin menambah brand baru, Pemberdayaan tim internal dan Mitra, Menyasar pasar

utama dalam bentuk jenjang Kemitraan Reseller dan Agen, Merekrut brand dengan reputasi baik, Memberikan fasilitas dan pelayanan kemitraan yang terus diupgrade agar binara semakin berkembang.

- P : Apakah Binara Official memiliki struktur organisasi ?
- N2 : Jadi secara garis besar kita ada owner yaitu Ethiyal lafiffah, ada juga staff sosial media Binara Official staff admin dan staff order dan pemesanan.
- P : Produk apa saja yang ada di Binara Official?
- N2 : Busana muslim kids dan family, jadi yang masih remaja juga cocok karna produknya kekinian kak.
- P : Apa target pasar Binara Official ?
- N2 : kalau target pasar kita ke ibu-ibu muda atau yang sudah berumur yang sudah berkeluarga terutama remaja juga. Dan kalau secara goegrafis kita menjangkau masyarakat Sidoarjo dan sekitar sih mas.
- P : Media apa yang digunakan untuk menjangkau pelanggan? Mengapa?
- N2 : Untuk media kita pakai Instagram mas, karena pengguna Instagram itu terbilang cukup besar dan fitur-fitur di Instagram itu banyak dan cocok banget untuk kita melakukan kegiatan promosi tetapi di dukung aplikasi shopee mas.
- P : Kontribusi apa saja yang sudah anda lakukan untuk Binara Official sebagai staff media sosial ?
- N2 : Membuat konten kekinian, mengikuti trend, memiliki target konten tiap hari
- P : Bagaimana Binara Official mengambil platform Instagram sebagai media promosi utama?
- N2 : Sebelumnya Binara Official ada fb tapi lebih jalan di instagram karena yg lainnya monoton dan instagram bisa atur desain dan feed
- P : Konsep pemasaran digital yang sudah dilakukan melalui Instagram apakah jumlah publik yang tertarik dengan produk Binara Official sudah sesuai dengan target keinginan ?
- N2 : Sesuai, waktu followers masih dibawah 10rb kurang menjangkau. tetapi seiring berjalannya waku followers meningkat baik itu dari customer online maupun offline.
- P : Apakah ada keberhasilan dalam memasarkan produk Binara Official melalui Instagram ?
- N2 : Melalui media sosial Binara Official dapat memasarkan produknya untuk menjangkau konsumen terutama media sosial Instagram

- P : Apa saja yang akan tim marketing lakukan untuk membuat pelanggan lama tidak berpaling ke produk busana muslim lainnya
- N2 : Adanya data kalo perubahan harga akan segera menginformasikan customer, dan terdapat riwayat transaksi jika sudah pernah membeli produk dari Binara Official serta akan mendapatkan THR dari Binara Official berupa produk.

Key Informan:

Identitas Informan

- Nama : Muzzaki
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Selaku : Staff Media Sosial Binara Official
- Tempat wawancara : Rumah Narasumber
- Waktu wawancara : 19 Mei 2024

- P : Untuk pertanyaan pertama ya, apa makna atau alasan menamai "Binara Official"

- N3 : yang pastinya alasan kenapa Namanya Binara Official itu di ambil dari anaknya mba Ethiyah lafifah yang namanya Binar

- P : Untuk visi dan misi yang dimiliki oleh Binara Official ini apa ya ?

- N3 : Untuk visi dan misi kita itu sama seperti yang di katakan dari owner Binara Official menjadi penjual busana muslim terbesar, terlengkap, trend setter, terpercaya dan terbaik di Indonesia. nah untuk yang visinya ini Meningkatkan kapasitas tim internal, Rutin menambah brand baru, Pemberdayaan tim internal dan Mitra, Menyasar pasar utama dalam bentuk jenjang Kemitraan Reseller dan Agen, Merekrut brand dengan reputasi baik, Memberikan fasilitas dan pelayanan kemitraan yang terus diupgrade agar binara semakin berkembang.

- P : Apakah Binara Official memiliki struktur organisasi ?

- N3 : yang pastinya kita ada owner yaitu Ethiyah lafifah, ada juga staff sosial media Binara Official staff admin dan staff order dan pemesanan.

- P : Produk apa saja yang ada di Binara Official?

- N3 : Busana muslim kids dan family, jadi yang masih remaja cewek maupun cowok juga cocok karna produknya kekinian .

- P : Apa target pasar Binara Official ?

- N3 : Dari target pasar kita ke ibu-ibu muda atau yang sudah berumur yang sudah berkeluarga terutama remaja juga. Dan kalau secara

- geografis kita menjangkau masyarakat Sidoarjo dan sekitar sih.
- P : Media apa yang digunakan untuk menjangkau pelanggan? Mengapa?
- N3 : Untuk media kita pakai Instagram mas, karena pengguna Instagram itu terbilang cukup besar dan fitur-fitur di Instagram itu banyak dan cocok banget untuk kita melakukan kegiatan promosi.
- P : Kontribusi apa saja yang sudah anda lakukan untuk Binara Official sebagai staff Order dan Pemasaran ?
- N3 : Mengecek pemesanan yang sudah di bayar cash atau DP, soalnya kita ada sistem pree order kak
- P : Bagaimana konsep yang digunakan untuk mengkomunikasikan melalui Instagram tentang produk Binara Official ke publik ??
- N3 : Setiap harinya selalu membuat story Instagram mengupload stok apa aja yang ada pada outlet, reels juga membuat sehari guna menarik konsumen serta postingan feed.
- P : Apa strategi Binara Official untuk menjangkau konsumen?
- N3 : Promosi iklan berbayar di instagram dapat kita tentukan berdasarkan jangkauan usia untuk menetapkan promosi apa yang akan kami promosikan pada saat itu.
- P : Bagaimana Binara official akan mendapatkan ketertarikan konsumen ?
- N3 : Dari segi harga yang terjangkau dapat menarik konsumen, barang pada outlet tidak ingin terlihat seperti barang stok lama.
- P : Apa strategi konten yang digunakan Binara Official ?
- N3 : Restock barang baru, Promo besar seperti Sale ramadhan, valentine dan tahun baru
- P : Bagaimana Binara Official dalam menyampaikan informasi?
- N3 : Menyampaikan informasi melalui media sosial dengan cara membuat konten
- P : Bagaimana untuk berinteraksi secara personal dan membuat hubungan emosional melalui obrolan langsung atau media sosial ?
- N3 : Pihak Binara Official membuat data pelanggan kemudian save WhatsApp dengan nama urutan customer agar nantinya binara Official memberikan informasi mengenai promo harian dan perubahan harga.
- P : Apakah sudah cukup mudah bagi konsumen untuk terhubung dengan Binara Official ?
- N3 : Sudah merasa cukup karena tim sosial media selalu membalas pesan

melalui WA dan juga DM Instagram

P : Bagaimana cara konsumen untuk terlibat di seluruh platform yang tersedia dan mereka bisa gunakan ?

N3 : Dengan cara testimoni dan reupload story instagram customer serta online review yang ada pada aplikasi e-commerce shopee sangat membantu untuk rating toko.

Lampiran 3 Dokumentasi



Lampiran 4 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semotowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fsip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mohammad irsyadul asyid maududdin
 NBI : 1152000187
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Dr. Hamim, S.Sos.,M.I.Kom
 Dosen Pembimbing II : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom
 Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PROMOSI PENJUALAN PAKSIAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BINARA-OFFICIAL
 • INTEGRATED MARKETIG COMMUNICATION BINARA OFFICIAL DALAM MENGEKOMUNIKASIKAN PRODUKNYA MELALUI INSTAGRAM

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	18/3/24	- Merubah judul - Revisi Latar belakang		Daunt
2	25/3/24	- Revisi / - Revisi		
3	25/3/24	- Merambah komparasi Teori IMC		Daunt
A	22/4/24	Kontribusi		
5	22/4/24	ACC bab 1-3		Daunt
6	23/4/24	Revisi / - Revisi		
7	15/5/24	Revisi / - Revisi		Daunt
8	13/5/24	↳		
9	10/6/24	Revisi		Daunt
10	10/6/24	Revisi / - Revisi		

Lampiran 5 Hasil Uji Turnitin

Bab 1,4,&5 Asyid

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	9%
2	conference.untag-sby.ac.id Internet Source	5%
3	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	3%
4	ycmou.ac.in Internet Source	<1%
5	docplayer.info Internet Source	<1%
6	Submitted to UPN Veteran Jawa Timur Student Paper	<1%
7	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
8	123dok.com Internet Source	<1%
9	repository.president.ac.id Internet Source	<1%

10	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1%
11	journal.untar.ac.id Internet Source	<1%
12	maspenyo.com Internet Source	<1%
13	www.scribd.com Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Lampiran 6 Surat Bebas Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 558/K/LOD/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) by Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Mohammad Irsyadul Asyid Maududdin
NBI : 1152000187

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%. Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juni 2024

Mengetahui
Kepala Lab. Otonomi Daerah

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Mohammad Insyadul Asyid Maududdin
NIM : 1152000187
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 29 Juni 2024
Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI DIGITAL DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK BINARA OFFICIAL DI SIDOARJO

Catatan Perbaikan:

Judul belum spesifik. [✓]penelitian belum sejalan.

Bab I : masalah dan data belum ada ^{Masalah tidak ada} ^{data penguat belum ada}

Bab II : landasan konseptual kurang dari uraian dan
belum jelas. Teori ? ^{uraian landasan konseptual}
^{kurang.}

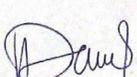
Bab III + V : perbaiki.
Penulisan diperbaiki
Literatur 5-10 tahun.
Kriteria ? Apa yg diobservasi, teknik observasi ? Teknik wawancara ?
Teknik dan apa yg didokumentasikan ?

Bab IV : sumber tidak ada di sebagian besar tulisan
Tidak ada temuan, pembahasan tidak ada.

Bab V : ?

Surabaya, 28 Juni 2024 8-7-2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaiki, Revisi dari Dosen Penguji.


DEWI SRI A-R


DEWI SRI A-R.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Mohammad Irsyadul Asyid Maududdin

NIM : 1152000187

Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI DIGITAL DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK BINARA OFFICIAL DI SIDOARJO

Catatan Perbaikan:

Bab 1 : Perbalam media digital apa? ^{urgensi penelitian} [✓]
Secara keseluruhan. ^{judul di ubah}
Dit. dll. [✓]

Bab 2 : Teori? ^{perbarui} ^{konsep}

Bab 3 : ^{perbarui} ^{subjek}, ^{objek}, ^{analisa} ^{metode}

Bab 4 : ^{perbarui} ^{keseluruhan}, ^{u/} ^{membaras}
Strategi komunikasi ^{Revisi}

Bab 5 : Tidak menjawab ^{Rumusan Masalah}

Belum menjawab permasalahan penelitian!

Strategi kampanyanya belum clear! ^{5/24} ^{1/24} ^{5/24}
^{5/24}

Surabaya, 28-6-24

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

 2/24

Revisi dari Dosen Penguji,


Fransisca P.A.C.P.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.