

**STRATEGI INTERAKTIF MARKETING
LEVOSHOP DALAM MEMBENTUK *WORD OF
MOUTH* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

Friska Apriliyani Tri Oentoyo

NBI : 1152000024

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17
AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**STRATEGI INTERAKTIF MARKETING
LEVOSHOP DALAM MEMBENTUK *WORD OF
MOUTH* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

Friska Apriliyani Tri Oentoyo

NBI : 1152000024

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17**

AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

TANDA TANGAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Friska Apriliyani Tri Oentoyo

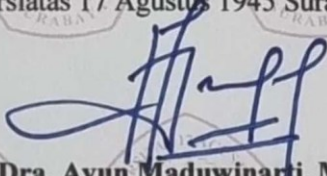
NBI : 1152000024


**Judul : STRATEGI INTERAKTIF MARKETING LEVOSHOP DALAM
MEMBENTUK *WORD OF MOUTH* MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

Surabaya, 2 Juli 2024

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

**Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing,**


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


Mohammad Msan Romadhan,
S.I.Kom, M.Med.Kom
NPP. 20150.17.0741

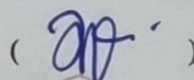
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

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 28 Juni 2024

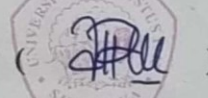
Dewan Penguji:

1. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom ()

Ketua

2. Wahyu Kuncoro, S.T., M.Med.Kom ()

Anggota

3. Nara Garini Ayuningrum, S.Tr.Kom., MA ()

Anggota

Mengesahkan,

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


Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, MP

NPP:20120870103

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Friska Apriliyani Tri Oentoyo
NIM : 1152000024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Interaktif Marketing Levoshop Dalam Membentuk *Word Of Mouth* Melalui Media Sosial 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, 2 Juli 2024

Yang Menulis Pernyataan

A blue and white rectangular stamp is placed over the signature. The stamp contains the text 'SPESIAL BELI BLPAN' on the left, 'KEMENTERIAN PERKULIAHAN, KEMERDEKAAN DAN KEMASYARAKATAN' in the center, and 'AC 82ALX2616370' at the bottom.

(Friska Apriliyani Tri Oentoyo)



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

Nama : Friska Apriliyani Tri Oentoyo
NBI : 1152000024
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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 Interaktif Marketing Levoshop dalam Membentuk *Word of Mouth* Melalui Media Sosial Instagram ”

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 4 Juli 2024

Yang Menandatangani

05B39ALX26 6 16295

(Friska Apriliyani Tri Oentoyo)

ABSTRACT

The development of technology is currently very fast, many people are using it in different ways. For example, ongoing business competition certainly uses the power of the internet. The birth of various interesting features in the realm of Instagram social media, Levoshop utilizes instagram as a business. Developing and implementing effective online-based promotions certainly has the power of continuous creativity and consistency. Starting from processing content to stimulating consumer attraction towards products

The method in this research uses descriptive qualitative. Data collection techniques are interviews, observation and documentation. Another secondary source is taking information naturally through posts, live streaming, & @levoshop Instagram snapstory. The research results of Levoshop's Interactive Marketing Strategy via Instagram in Forming Word of Mouth use Computer Mediated Communication theory, which is related to internet use, namely within the scope of social media. All interactive marketing activities are able to generate supportive word-of-mouth testimonials from consumers, based on product recommendations and consumer satisfaction. Of course, this word of mouth also supports Levoshop's business effectiveness in the long term.

Keywords: CMC, Instagram, Interactive Marketing, Word of Mouth

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini sangat berlaju cepat, banyaknya manusia yang memanfaatkannya dengan cara yang berbeda-beda. Contohnya persaingan bisnis yang berjalan ini tentunya menggunakan kekuatan internet. Lahirnya berbagai fitur yang menarik dalam ranah media sosial instagram, Levoshop memanfaatkan instagram sebagai bisnis. Menyusun beserta menerapkan efektifitas promosi berbasis online ini tentunya memiliki daya kreatifitas dan konsistensi secara terus menerus. Mulai dari pengolahan konten hingga merangsang daya tarik konsumen terhadap produk.

Metode dalam penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data wawancara, observasi, beserta dokumentasi. Sumber sekunder lainnya adalah mengambil informasi secara natural melalui postingan, *live streaming*, & *snapstory* instagram @levoshop. Hasil penelitian Strategi Interaktif Marketing Levoshop melalui Instagram dalam Membentuk *Word of Mouth* ini menggunakan teori *Computer Mediated Communication*, yang berkaitan dalam penggunaan internet yakni dalam ruang lingkup media sosial. Seluruh aktivitas interaktif marketing mampu melahirkan testimoni mulut ke mulut yang mendukung oleh para konsumennya, berdasarkan rekomendasi produk dan sikap kepuasan konsumen. Tentunya, *word of mouth* ini termasuk penunjang efektifitas bisnis Levoshop dalam jangka panjang.

Kata Kunci : CMC, Instagram, Interaktif Marketing, *Word of Mouth*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Interaktif Marketing Levoshop dalam Membentuk *Word of Mouth* melalui Media Sosial Instagram”. Penulisan penelitian ini memiliki tujuan yakni sebagai persyaratan, untuk mendapat gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwasannya penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari semua pihak. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis, ingin menyampaikan rasa terima kasih, khususnya kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwiranti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing I, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan sabar, memberikan dukungan, arahan serta motivasi kepada penulis skripsi.
3. Bapak Muchammad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikn bimbingan hingga selesai, memberikan dukungan dan arahan serta motivasi kepada penulis dalam penulisan skripsi.
4. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, terima kasih telah memberikan banyak ilmu, nasihat dan bimbingan selama kuliah di Prodi Ilmu Komunikasi.
5. Owner Levoshop Lita Yuliana yang sudah memberikan kesempatan untuk penulis dalam melakukan penelitian.
6. Orang tua tercinta beserta keluarga yang tiada henti memberikan doa dan dukungan sampai saat ini.
7. Teruntuk Tiara Olga Fianasari dan Cindy Alfionita yang telah berjuang bersama mulai dari bimbingan hingga saat ini.
8. Feby Erwanto yang selalu membantu dan mendukung perkuliahan saya sampai saat ini.
9. Teman – teman prodi ilmu komunikasi yang saling berbagi informasi berjuang awal semester sampai saat ini

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Adanya penelitian ini, semoga dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan semua pihak yang membutuhkan. Akhir kata, saya ucapkan terima kasih.

Surabaya, 4 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long vertical stroke at the end.

Friska Apriliyani Tri Oentoyo

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| COVER SKRIPSI | i |
| TANDA TANGAN PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| TANDA PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI..... | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I..... | 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 | 7 |
| BAB II..... | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 8 |
| 2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 14 |
| 2.2.1 Teori <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>... .. | 14 |
| 2.3 Landasan Konseptual..... | 18 |
| 2.3.1 Komunikasi Pemasaran | 18 |
| 2.3.2 Strategi Interaktif Marketing..... | 19 |
| 2.3.3 Media Sosial Instagram dalam Pemasaran | 23 |
| 2.3.4 <i>Word of Mouth (WoM)</i>..... | 26 |

| | | |
|-------------------------------|---|-----------|
| 2.4 | KERANGKA PEMIKIRAN | 27 |
| BAB III | | 28 |
| 3.1 | Pendekatan Penelitian | 28 |
| 3.2 | Jenis Penelitian | 28 |
| 3.3 | Subjek dan Objek Penelitian | 28 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 29 |
| | 3.4.1 Jenis Data | 29 |
| | 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data | 30 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 30 |
| 3.6 | Teknik Keabsahan Data..... | 31 |
| BAB IV | | 33 |
| 4.1. | Deskripsi Subjek Penelitian..... | 33 |
| 4.2. | Hasil Penelitian dan Pembahasan | 34 |
| | 4.2.1. Strategi Interaktif Marketing Levoshop Dalam Membentuk <i>Word of Mouth</i> Melalui Media Sosial Instagram | 35 |
| | 4.2.3. Word of Mouth | 56 |
| BAB V | | 64 |
| 5.1. | Kesimpulan | 64 |
| 5.2. | Rekomendasi..... | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 66 |
| DAFTAR LAMPIRAN | | 69 |
| DOKUMENTASI PENELITIAN | | 85 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--------------------|----|
| Tabel 2.1.1.1..... | 8 |
| Tabel 2.4.1..... | 27 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------|----|
| Gambar 1.1.1..... | 4 |
| Gambar 1.1.2..... | 5 |
| | |
| Gambar 4.1.1..... | 33 |
| | |
| Gambar 4.2.1.1.1..... | 40 |
| Gambar 4.2.1.1.2..... | 40 |
| Gambar 4.2.1.1.3..... | 42 |
| | |
| Gambar 4.2.2.2.1..... | 45 |
| Gambar 4.2.2.2,2..... | 47 |
| Gambar 4.2.2.2.3..... | 49 |
| Gambar 4.2.2.2.4..... | 51 |
| Gambar 4.2.2.2.5..... | 53 |
| Gambar 4.2.2.2.6..... | 53 |
| Gambar 4.2.2.2.7..... | 55 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----------|
| LAMPIRAN 1 Pedoman Wawancara Strategi Interaktif Marketing Levoshop dalam Membentuk Word of Mouth melalui Media Sosial Instagram | 69 |
| LAMPIRAN 2 Hasil Turnitin | 76 |
| LAMPIRAN 3 Bukti Kartu Bimbingan Skripsi | 80 |
| LAMPIRAN 4 Lembar Perintah Revisi Penguji 1 | 82 |
| LAMPIRAN 5 Lembar Perintah Revisi Penguji 2 | 83 |
| LAMPIRAN 6 Lampiran Perintah Revisi Penguji 3 | 84 |