

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SEPATU SECONDHAND

PADA AKUN INSTAGRAM @BADKIDSTORE

SKRIPSI



Oleh :

MOH ALI

NPM. 1543010045

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2020

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SEPATU SECONDHAND
PADA AKUN INSTAGRAM @BADKIDSTORE

Oleh:

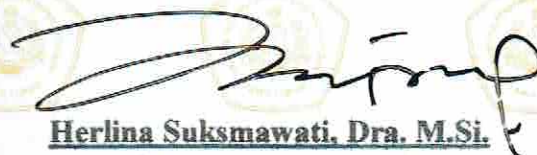
MOH ALI

NPM: 1543010045

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Herlina Suksmawati, Dra. M.Si.

NIP.196412251993092001

Mengetahui,



Dr.Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA.

NIP. 19590701 198703 1001

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SEPATU SECONDHAND
PADA AKUN INSTAGRAM @BADKIDSTORE**

Oleh:

Moh Ali

NPM: 1543010045

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 30 Desember 2019

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Herlina Suksmawati, Dra. M.Si.
NIP. 196412251993092001

Tim Penguji

1. Ketua



Herlina Suksmawati, Dra. M.Si.
NIP. 196412251993092001

2. Sekretaris



Ririn Puspita, S.I.Kom, M.Med.Kom.
NPT. 3 8904 13 03401

3. Anggota



Svifa Syarifah A, S.Ses, M.Commun.
NPT. 3 8403 10 02991

Mengetahui,

DEKAN



Dr.Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA.
NIP. 19590701 198703 1001

ABSTRAK

Moh Ali. 1543010045. Skripsi. Strategi Komunikasi Pemasaran sepatu secondhad pada akun Instagram @badkidstore. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas pembangunan nasional «veteran» jawa timur.2019

Saat ini perkembangan komunikasi melalui internet semakin pesat. Hal ini yang menyebabkan bisnis *online* semakin diminati. “BADKIDSTORE” sebagai salah satu *online shop* yang memasarkan produk sepatu bekas memiliki strategi untuk menarik minat beli konsumen sehingga dapat bertahan ditengah persaingan bisnis *online* yang sangat ketat. Komunikasi pemasaran dengan menggunakan internet khususnya jejaring sosial telah mengubah sistem pemasaran konvensional menjadi nonkonvensional dengan demikian kegiatan pemasaran dapat dijangkau secara lebih luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan “BADKIDSTORE” untuk menunjang penjualannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dokumentasi dan *internet searching*. Narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik dan pengelola “BADKIDSTORE” dan 3 orang karyawan selaku admin. Teori yang digunakan ialah teori strategi komunikasi pemasaran, 7c framework dan analisis SWOT. Hasil Penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh badkidstore untuk menunjang penjualannya, diantaranya penggunaan fitur Instagram seperti *ig bisnis*, *instastory*, *direct message* dan dengan *promote* pada akun-akun *supporter* bola

ABSTRACT

Moh Ali . 1543010045. Thesis. Marketing. Communication Strategy Second Shoes on @BADKIDSTORE Instagram Communication Science. Faculty of Social and Politic Science. pembangunan nasional”veteran”University. 2019

Nowadays, the development of communication using internet become easier and very quick. It cause many people interest to have an online business. “Badkidstore” as one of online store that sell second shoes with the famous brand such as Adidas etc. they has has strategies to catch customers’s interest to buy their products and can be survive in the middle offonline business competition which is getting harder right now. Marketing communication using internet has changed the conventional marketing system to the unconventional marketing system it caused marketing activity can be reach wider. The purpose of this research is to knowing how strtegy communication that used by “Badkidstore” and how to use online media to give maxial customers. This research uses qualitative descriptive method, by collecting data through observation, interviews, documentary studies, documentation and internet searching. The informans of this research was owner of 'Badkidstore and three employes of “Badkidstore”. The theory that used in this research was Marketig Communication Strategies, 7c framework and SWOT analysis. The results of thisresearch are marketing program by “Badkidstore” as the marketing communication strategies can be catch customers’s interest to buy their product and also can build credibility of customers to “Badkidstore ”. The methods of communication that used by “Badkidstore”

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
KATA PENGANTAR	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Komunikasi.....	17
2.3 Komunikasi Pemasaran	24

2.4	Strategi Komunikasi.....	29
2.5	Definisi SWOT (Strength-Weakness-Opportunity-Threat)	46
2.6	Online Store.....	50
2.7	Instagram.....	52
2.8	Kerangka Pemikiran.....	60
BAB III.....		63
METODOLOGI PENELITIAN.....		63
3.1	Definisi Konseptual.....	64
3.2	Lokasi Penelitian.....	67
3.3	Informan Penelitian	68
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	68
3.5	Metode Analisis Data	69
BAB IV		71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		71
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.2	Penyajian dan Analisa Data	74
4.3	PEMBAHASAN	96
BAB V.....		106
PENUTUP		106
5.1	KESIMPULAN.....	106

5.2 SARAN	109
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1	13
2. Table 2.2	36

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1	5
2. Gambar 2.1	21
3. Gambar 2.2	48
4. Gambar 4.1	69
5. Gambar 4.2	74
6. Gambar 4.3	74
7. Gambar 4.4	75
8. Gambar 4.5	78
9. Gambar 4.6	79
10. Gambar 4.7	79

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, maka Proposal yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SEPATU SECONDHAND PADA AKUN INSTAGRAM @BADKIDSTORE” bisa penulis selesaikan. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di jurusan ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dari berbagai pihak. Penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS,CHRA.

Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Dr. Yuli Candrasari, S.Sos, M.Si.

Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Dra. Herlina Suksmawati, M.Si.

Selaku Dosen Pembimbing Proposal saya. Terima Kasih atas waktu dan bimbingan yang telah ibu berikan.

4. Kepada Dosen Prodi Ilmu Komunikasi dan Staff TU Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
6. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan semangatnya agar penulis cepat menyelesaikan laporannya.
7. Seluruh sahabat dan teman-teman penulis yang selalu memberikan doa, bantuan serta semangatnya agar penulis cepat menyelesaikan laporannya.

Demikian kata pengantar dari penulis, semoga dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan pembaca seluruhnya.

Surabaya, 25 Juli 2019

Penyusun,

MOH ALI

NPM. 1543010045