

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA
THRIFT SHOP ONLINE @men.da.ur DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran)

SKRIPSI



Disusun oleh:

BAGUS LUKMAN HARUN

NPM : 1643010149

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA
THRIFT SHOP ONLINE @men.da.ur DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran)

SKRIPSI



Disusun oleh:

BAGUS LUKMAN HARUN

NPM : 1643010149

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA *THRIFT SHOP*
ONLINE @men.da.ur DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK**
(Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran)

Disusun Oleh :

Bagus Lukmanb Harun

NPM. 1643010149

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui.

PEMBIMBING

Ir. H. Didiek Tranggoro, M.Si

NIP. 19581225 199001 1001

Mengetahui,

DEKAN

Dr. Catur Suranjoji, M.Si

NIP. 19680418 202121 1006

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA THRIFT SHOP
ONLINE @MEN.DA.UR DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK
(Studi Kualitatif Deskriptif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran)**

Disusun Oleh :

Bagus Lukman Harun

NPM. 1643010149

**Telah di pertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 10 Juli 2023**

Menyetujui,

PEMBIMBING

Ir. H. Didiek Tranggono, M. Si

NIP. 19581225 199001 1001

TIM PENGUJI

1. Ketua

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si

NIP. 19700612 202121 1002

2. Sekretaris

Dra. Sumardijati, M.Si

NIP. 19620323 199309 2001

3. Anggota

Ir. H. Didiek Tranggono, M. Si

NIP. 19581225 199001 1001

Mengetahui,

DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 19680418 202121 1006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bagus Lukman Harun
NIM : 1643010149
Fakultas /Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada *Thrift Shop Online @men.da.ur* Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran)
Tesis/Desertasi : -

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun diinstitusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 Juli 2023

Yang Menyatakan

 

(Bagus Lukman Harun)

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia yang diberikan, sehingga penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada *Thrift Shop Online @men.da.ur* Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran)”** dapat penulis susun dalam ajuan Skripsi.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Ir. H. Didiek Tranggono, M. SI selaku dosen pembimbing dan penguji saya yang selalu sabar dalam memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan Skripsi. Pada penulisan penelitian ini, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, motivasi, dukungan dan inspirasi yang telah diberikan. Sehingga penulis sampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.SI., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi, S.Sos. M. Med.Kom, selaku Koordinator Program Studi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Surabaya
4. Ibu Syifa Syarifah A., S.Sos, M. Commun dan Bapak Ahmad Zamzamy, S.Sos, M. Med.Kom selaku Dosen penguji yang telah membantu memberikan banyak masukan dan saran.
5. Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si dan Ibu Dra. Sumardijjati, M.Si selaku Dosen penguji yang telah membantu memberikan banyak masukan dan saran.

6. Kedua orang tua dan saudara saya yang sudah membesarkan saya, selalu mendukung, mendidik, membantu, memotivasi dan mendoakan saya.
7. Kesi, Sandy, Fany, Khelvin, jemblong, Andre, Amirul, Isma, Amma, dan teman-teman lainnya yang menemani, mendukung dan memotivasi penulis.
8. Reihan, Goklas, Putri dan Akhdan selaku narasumber pada penelitian ini yang telah membantu dalam mendapatkan informasi
9. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam proses pengerjaan skripsi dan menemani dalam setiap proses penyelesaian skripsi.

Akhir kata, terlepas dari segala kelebihan dan kekurangan, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi kepada para pelaku bisnis, serta untuk perkembangan pengetahuan bagi pihak peneliti maupun seluruh pihak lainnya yang berkepentingan.

Surabaya, Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Penelitian Secara Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Penelitian Secara Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	15
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	18
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Digital	26
2.2.4 <i>Thrift shop</i>	41
2.2.5 <i>The Sircular Model of Some</i>	43
2.2.6 Kerangka Berpikir	47
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Metode Penelitian.....	51
3.3 Definisi Konseptual.....	51
3.3.1 Komunikasi Pemasaran	51

3.3.2 Strategi	52
3.3.3 <i>The Sircular Model of Some</i> Pada @men.da.ur	54
3.3.4 Media Sosial Instagram	55
3.3.5 <i>Thrift Shop Online</i> @men.da.ur.....	56
3.4 Lokasi Dan Waktu Penelitian	57
3.5 Informan	57
3.6 Teknik Penentuan Informan	57
3.7 Teknik Pengumpulan Data	58
3.8 Teknik Analisis Data.....	60
3.9 Validasi Data.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Sejarah Men.da.ur	63
4.1.2 Identitas Informan	64
4.2 Penyajian dan Analisis Data.....	67
4.2.1 Strategi Pemasaran 4P	68
4.2.2 Pemanfaatan Fitur Instagram pada akun @men.da.ur	72
4.2.3 Implementasi <i>The Sircular Model of Some</i>	73
4.3 Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data platform media sosial favorit <i>digital marketing</i>	4
Gambar 2.1 Tabel Rangkuman Penelitian Terdahulu	15
Gambar 2.2 Model Komunikasi Pemasaran Machfoedz.....	16
Gambar 2.3 <i>Sircular model of Some</i>	43
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir	49
Gambar 4.1 Logo men.da.ur.....	63
Gambar 4.2 Konten dari <i>Reels</i> Instagram men.da.ur.....	76
Gambar 4.3 Bio Instagram akun men.da.ur.....	79
Gambar 4.4 <i>Professional Dashboard Instagram Business @men.da.ur</i>	80
Gambar 4.4 <i>Instagram Story Giveaway @men.da.ur</i>	85
Gambar 4.5 <i>Instagram Post @men.da.ur</i>	87

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 <i>In-Depth Interview Guide</i>	109
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	111
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara.....	134

ABSTRAK

BAGUS LUKMAN HARUN - STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA *THRIFT SHOP ONLINE @men.da.ur* DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK (Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran)

Penelitian ini meneliti tentang strategi komunikasi pemasaran digital pada *thrift shop online @men.da.ur* dalam meningkatkan minat beli produk menggunakan instagram. Penelitian ini diambil dengan metode deskriptif kualitatif, yang menjelaskan penelitian ini dengan kalimat. Teori yang digunakan penelitian ini adalah *The Sircular Model of Some* yang diperkenalkan oleh Regina Luttrell yang memfokuskan teorinya pada elemen penting yaitu *Share, Optimaze, Manage dan Engage*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, studi literatur, dokumentasi dan observasi. Hasil dari penelitian ini mendapatkan bahwa media sosial instagram memiliki peran penting dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran digital yang digunakan *men.da.ur* sehingga dapat menarik minat beli konsumen. Dengan menggunakan strategi pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dan pemanfaatan fitur instagram sebagai tempat promosi dan konten, sehingga mampu menunjang ketertarikan konsumen terhadap produk *@men.da.ur*.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital, *Thrift Shop Online*, Instagram, Bisnis Online, *The Sircular Model of Some*, Strategi Pemasaran 4P

ABSTRACT

BAGUS LUKMAN HARUN - DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY AT THRIFT SHOP ONLINE @men.da.ur IN INCREASING INTENTION TO BUY PRODUCTS (Qualitative Descriptive Study of Instagram Utilization as Marketing Media)

This research examines digital marketing communication strategies at thrift shop online @men.da.ur in increasing interest in buying products using Instagram. This research was taken with a qualitative descriptive method, which explains this research with sentences. The theory used in this research is The Circular Model of Some introduced by Regina Luttrell which focuses her theory on important elements, namely Share, Optimaze, Manage and Engage. Data collection techniques used in this study were in-depth interviews, literature studies, documentation and observation. The results of this study found that Instagram social media has an important role in carrying out digital marketing communication strategies that are used by repeaters so that they can attract consumer buying interest. By using the 4P marketing strategy (Product, Price, Place, Promotion) and utilizing Instagram features as a place for promotion and content, so that it can support consumer interest in @men.da.ur products.

Keywords: *Digital Marketing Communication Strategy, Thrift Shop Online, Instagram, Online Business, The Circular Model of Some, 4P Marketing Strategy*