

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN “GINGERLINE CURATED”  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**RR PUTRI INDAH PARAMITHA**  
**NPM. 17043010166**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2022**

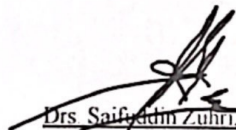
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN “GINGERLINE CURATED”  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Disusun Oleh:


Rr Putri Indah Paramitha  
17043010166

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi  
Menyetujui,

PEMBIMBING

  
Drs. Saifuddin Zuhri, M Si  
NIP. 197006122021211002

Mengetahui,

  
Dr. Drs. H. Gendut Sukarno, MS, CHRA  
NIP. 195907011987031001

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GINGERLINE CURATED MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Oleh:

**Rr Putri Indah Paramitha**  
NPM. 17043010166

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 8 Juni 2022


Pembimbing,

  
**Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si**  
NIP. 3 7006 94 0035 1

Tim Penguji,  
1. Ketua

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
NIP. 3 6804 94 0028


2. Sekretaris

  
**Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos, M.Si**  
**M.Ed**  
NPT. 3 7305 99 0170 1

3. Anggota

  
**Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si**  
NIP. 3 7006 94 0035 1

Diketahui,  
**DEKAN FISIP**

  
**DR. DRs. EC. GENDIT SUKARNO, M.S., CHRA.**  
NIP. 195407011987031001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, atas berkat dan tuntunannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran “Gingerline Curated” Melalui Media Sosial Instagram”. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan. Pada penelitian ini tidak lepas dari arahan dan bimbingan dari bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si dengan segala perhatian dan kesabaran dalam membimbing peneliti. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat mengerjakan skripsi pada Program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan 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, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Saifuddin Zuhri, M.Si selaku dosen pembimbing Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Keluarga peneliti khususnya orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan agar peneliti tetap melakukan tanggung jawab menyelesaikan penelitian ini.
5. Terima kasih juga kepada teman-teman Aulia, Ardan, Syadza, Naresh, Yulia, Jade, dan Eternal yang telah memberikan bantuan dan semangat agar segera menyelesaikan penelitian ini.
6. *Thankyou so much for my support system* Rizqi Rachmadi yang selalu menemani dan membantu saya agar segera menyelesaikan penelitian.
7. Dan terima kasih kepada kim Namjoon, kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook, BTS, and Army yang sudah memberikan penulis semangat dan motivasi yang sangat baik.

Surabaya,

2022

Peneliti

### **ABSTRAK**

Penelitian ini membahas terkait strategi komunikasi pemasaran “gingerline curated” melalui media sosial Instagram. Gingerline Currated merupakan sebuah Thriftshop yang menjual baju bekas dan kebutuhan Kesehatan kecantikan bagi kaum wanita. Gingerline Currated menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah tempat pemasaran sekaligus penjualan. Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran “Gingerline Curated” melalui media sosial Instagram. Tujuan Penelitian ini adalah Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan Teknik

pengumpulan data wawancara, studi dokumentasi dan studi literatur. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data model interaktif dengan menggunakan teori 7c Framework. Dari hasil wawancara dan didukung bukti di akun instagram gingerline currated strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial merupakan hal yang penting di tengah perkembangan teknologi yang sangat pesat.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial. Instagram dan 7c Framework

### *Abstract*

*This research discusses the marketing communication strategy of "gingerline curated" through Instagram social media. Gingerline Curated is a Thriftshop that sells used clothes and beauty health needs for women. Gingerline Curated uses Instagram social media as a place for marketing as well as sales. The focus of this study is to describe the marketing communication strategy of "Gingerline Curated" through Instagram social media. The purpose of this study is the research method used in this study is descriptive qualitative with interview data collection techniques, documentation studies and literature studies. The data analysis technique that will be used in this study is interactive model data analysis using the 7c Framework theory. From the results of the interview and supported by evidence on the Gingerline Instagram account curated marketing communication strategy through social media is important in the midst of very rapid technological developments.*

*Keywords: Marketing Communications, Social Media. Instagram and the 7c Framework*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>18</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>18</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>18</b>
1.4.1. <b>Manfaat Akademis/Teoritis (Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan)</b> .....	<b>18</b>
1.4.2. <b>Manfaat Praktis (Bagi Gingerline Curated)</b> .....	<b>19</b>
1.4.3. <b>Manfaat Praktis (Bagi Peneliti)</b> .....	<b>19</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>20</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>20</b>
<b>2.2 LANDASAN TEORI</b> .....	<b>22</b>
2.1.1 <b>Komunikasi</b> .....	<b>22</b>
2.2.2 <b>Komunikasi Pemasaran</b> .....	<b>28</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>53</b>
<b>METODOLOGI</b> .....	<b>53</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	<b>53</b>
<b>3.2 Definisi Konseptual</b> .....	<b>54</b>
3.2.1 <b>7c Framework</b> .....	<b>54</b>
<b>3.3 Informan Penelitian</b> .....	<b>55</b>
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>55</b>
<b>3.5 Jenis Sumber Data</b> .....	<b>57</b>



3.6	Teknik Analisis Data .....	57
<b>BAB IV</b>	.....	<b>60</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>60</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2.</b>	<b>Penyajian Data .....</b>	<b>61</b>
4.2.1	Identitas Narasumber.....	61
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>66</b>
4.3.1	Analisis 7c Framework.....	67
4.3.1.1	Context .....	69
4.3.1.2	Content .....	75
4.3.1.3	Community.....	79
4.3.1.4	Costumization .....	85
4.3.1.5	Communication.....	89
4.3.1.6	Connection .....	93
4.3.1.7	Commerce .....	95
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>97</b>
5.1	KESIMPULAN .....	97
5.2	SARAN .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>99</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Dokumentasi Wawancara Narasumber .....	107
-------------	--	-----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Sinopsis Insight.....	11
Tabel 2 Analisis Data Gingerline Curated .....	14

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Feed Instagram Gingerline Curated .....	9
Gambar 2 Jumlah Followers .....	12
Gambar 3 Jumlah like dan viewers instagram .....	17
Gambar 4 Model Komunikasi Pemasaran .....	29
Gambar 5 Kerangka Berpikir.....	52
Gambar 6 Info Pembelian Produk.....	71
Gambar 7 Story Instagram .....	72
Gambar 8 Feeds Instagram .....	73
Gambar 9 Caption Postingan .....	74
Gambar 10 Pemasaran Unik .....	76
Gambar 11 How To Style Fashion.....	77
Gambar 12 Foto Produk dan Caption .....	78
Gambar 13 Postingan Feeds Instagram    Gambar 14 Postingan Reels Instagram .....	80
Gambar 15 Komentar netizen .....	81
Gambar 16 Komentar Etizen Dengan Tag Ke Teman .....	82
Gambar 17 Tanya Jawab Kepada Konsumen .....	83
Gambar 18 Interaksi antar konsumen .....	84
Gambar 19 Penjual Memberikan Pendapat.....	85
Gambar 20 Tampilan Konten.....	86
Gambar 21 Variasi Postingan Feeds Instagram.....	87
Gambar 22 Reels Instagram.....	88
Gambar 23 News Instagram.....	89
Gambar 24 Pengetahuan Tentang Kesehatan .....	91
Gambar 25 Rekomendasi Produk .....	92
Gambar 26 Interaksi Calon Pembeli .....	93
Gambar 27 Connection .....	94
Gambar 28 Linktree Whatsapp .....	95
Gambar 29 Prosedur Order .....	96

