

Bentuk Komunikasi Pemasaran *Online* UMKM @winter.coffee di Instagram

SKRIPSI



Disusun Oleh

Isty Sasmitaditya

071811533106

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau Universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (langsung ataupun tidak langsung) dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 17 Juni 2022

A red square stamp with a decorative border and a central emblem is overlaid with a handwritten signature in black ink.

Isty Sasmitaditya

Bentuk Komunikasi Pemasaran *Online* UMKM @winter.coffee di Instagram

SKRIPSI

Maksud : Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

DISUSUN OLEH:

ISTY SASMITADITYA

NIM: 071811533106

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

DEPARTEMEN KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Ganjil 2021/2022

Halaman Persembahan

Pertama-tama penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa karena atas karunia, keberkahan dan izinNya penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir yang berjudul **“Bentuk Komunikasi Pemasaran Online UMKM @winter.coffee di Instagram”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Airlangga.

Dalam penulisan penelitian ini, penulis juga mendapatkan dukungan atas doa dan dukungan dari orang-orang terdekat yang membangun motivasi serta semangat penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

- Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan KaruniaNya
- Terima kasih kepada kedua orang tua saya, untuk papa, mama, kakak, dan adik-adik yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan
- Terima kasih kepada diri saya sendiri yang bisa bertahan sejauh ini dan bisa berkembang dan sabar dalam menjalani fase-fase kehidupan.
- Terima kasih kepada sahabat saya sedari kecil saya yang selalu mendukung saya lewat percakapan daring.
- Terima kasih kepada sahabat SMP saya yang mudah dihubungi ketika saya ingin bercerita
- Terima kasih kepada sahabat SMA saya, grup Heba yang selalu membuat stres saya hilang dengan menonton acara musik dan pergi jalan-jalan
- Terima kasih untuk sahabat kuliah saya, grup Pejuang dan Tutti Frutti yang selalu ada dan menemani saya saat masa-masa kuliah dan grup Tiga Badak yang selalu menghibur saya dengan mengajak makan makanan enak

- Terima kasih untuk para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diberikan, serta teruntuk para pembimbing skripsi saya, yang telah membantu saya menyelesaikan tugas akhir ini.

HALAMAN PERSETUJUAN

Bentuk Komunikasi Pemasaran Online UMKM @winter.coffee di Instagram

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan telah disetujui untuk diujikan

Dosen Pembimbing



Dr. Suko Widodo, Drs., M.Si.
NIP. 196402041992031003

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi
Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Pada Hari : Rabu
Tanggal : 29 Juni 2022
Pukul : 13.30 - 15.30

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM.
NIP. 197709202005012001

Anggota 1



Dina Septiani, B.Comm., M.Comn., Ph.D.
NIP. 198209052006042002

Anggota 2



Dr. Suko Widodo, Drs., M.Si.
NIP. 196402041992031003

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis bentuk komunikasi pemasaran *online* pada salah satu *local small business* atau dalam bahasa Indonesia disebut UMKM yaitu @winter.coffee dalam memasarkan produknya melalui Instagram. @winter.coffee merupakan usaha kecil lokal yang menjual produk berupa stiker yang umumnya digunakan sebagai kebutuhan kegiatan aktivitas jurnaling atau penulisan *diary* yang kembali menjadi tren dikalangan remaja hingga perempuan berumur 20-an. Penjualan produk stiker @winter.coffee ini juga telah menembus pasar Internasional.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menjelaskan strategi komunikasi pemasaran menggunakan dasar teori *Integrated Marketing Communication* dan *Social media marketing*. Analisis dalam penelitian melihat dari unggahan konten promosi pada Instagram @winter.coffee. Data dalam analisis ini didapatkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik @winter.coffee serta observasi yang dilakukan penulis.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini ditemukan bahwa bentuk komunikasi pemasaran *online* oleh @winter.coffee dalam memasarkan produk stikernya dapat menarik pasar Internasional sehingga ada cara-cara tersendiri yang dilakukan dalam mengunggah konten promosi produk di Instagram

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran *Online*, UMKM, Instagram

ABSTRACT

This study analyzed the form of online marketing communication on local small business or in Indonesian called UMKM @winter.coffee on Instagram. @winter.coffee is a local small business that sells sticker products through Instagram that are commonly used as a requirement for journaling or diary writing activities that are becoming increasingly popular among teens and women in their 20s. Sales of @winter.coffee's products have also penetrated the International market.

The approach used in this study is qualitatively descriptive by explaining the strategy of broadcast communication using the basis of the theory of Integrated Marketing Communication and Social media marketing. The analysis in the study looked at the upload of promotional content on Instagram@winter.co. The data in this analysis were obtained through in-depth interviews with @winter.coffee's owner as well as observations conducted by authors.

The results of this study were found that the form of online marketing communication @winter.coffee in marketing its sticker products can attract international markets so that there are separate ways to upload product promotional content on Instagram

Keywords: Communication Online Marketing, Local small business, Instagram

Kata Pengantar

Puji syukur kepada Allah SWT karena atas izin dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul **Bentuk Komunikasi Pemasaran Online UMKM @winter.coffee di Instagram**

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan kelulusan pendidikan program S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Airlangga.

Penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan yang diberikan dari pihak-pihak terkait saat proses mengerjakan, baik dari pemberian saran, informasi, kritik, doa, serta dukungan untuk penulis. Dengan demikian, penulis mengucapkan banyak terima kasih bagi segala pihak terkait selama proses penyusunan skripsi ini. Peneliti juga menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bisa dimanfaatkan dengan baik secara akademis dan non akademis.

Surabaya, 17 Juni 2022

Isty Sasmitaditya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN MAKSUD PENULISAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN PANTIA PENGUJI	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Tinjauan Pustaka.....	11
1.5.1 Penelitian Terdahulu.....	11

1.5.2	Komunikasi Pemasaran	13
1.5.3	Penggunaan Sosial Media Instagram dalam Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	20
1.5.4	<i>Social Media Marketing</i>	21
1.6	Metodologi Penelitian	22
1.6.1	Pendekatan dan Tipe Penelitian	22
1.6.2	Unit Analisis	23
1.6.3	Teknik Pengumpulan Data	23
1.6.3.1	Wawancara	23
1.6.3.2	Observasi	24
1.6.4	Teknik Analisis Data	24
 BAB 2 GAMBARAN UMUM		
2.1	@winter.coffee	25
2.1.1	Profil Pemilik @winter.coffee	25
2.1.2	Penerapan 4P dan STP pada UMKM @winter.coffee di Instagram	25
 BAB 3 PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....		
3.1 Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi33		
3.2 Bentuk Komunikasi Pemasaran Online @winter.coffee di Instagram		
.....39		
 3.2.Konsep IMC yang Digunakan @winter.coffee sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>.....		
45		

3.2.2 Bentuk Komunikasi Pemasaran Online dalam Social media Marketing.....	50
---	-----------

BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan	51
4.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pembuatan Jurnal dengan Stiker.....	2
Gambar 1.2 Instagram dan <i>e-commerce</i> Toko <i>Online</i> Stiker.....	3
Gambar 1.3 UMKM Stiker di Indonesia.....	4
Gambar 1.4 Contoh Produk Stiker <i>@winter.coffee</i>	5
Gambar 1.5 Diagram Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia	7
Gambar 1.6 Data IPSOS 2018 Mengenai Dampak Instagram Pada UMKM di Indonesia	9
Gambar 2.1 Tampilan Instagram <i>@winter.coffee</i>	26
Gambar 2.2 Contoh Stiker yang Dijual <i>@winter.coffee</i>	27
Gambar 2.3 Tampilan Instagram Story Saat Repost Akun Lain	28
Gambar 2.4 Tampilan Instagram Story Saat Repost Akun Lain.....	28
Gambar 2.5 Tampilan Highlight Instagram.....	29
Gambar 2.6 Caption dalam Unggahan Instagram	29
Gambar 2.7 Unggahan <i>Reels</i> <i>@winter.coffee</i>	30
Gambar 3.1 Unggahan Pertama <i>@winter.coffee</i>	36
Gambar 3.2 Komentar pada Unggahan Pertama <i>@winter.coffee</i>	37

Gambar 3.3 Unggahan Produk @winter.coffee.....	38
Gambar 3.4 Komentar dalam Unggahan @winter.coffee	39
Gambar 3.5 Unggahan Launching Produk Pertama @winter.coffee....	40
Gambar 3.6 Komentar pada Unggahan Pertama @winter.coffee.....	41
Gambar 3.7 Unggahan Pemakaian Produk @winter.coffee.....	42
Gambar 3.8 Unggahan Pada Fitur Reels @winter.coffee	43
Gambar 3.9 Unggahan Instagram Story @winter.coffee	44
Gambar 3.10 Unggahan Konten Giveaway @winter.coffee	46
Gambar 3.12 Unggahan Instagram Story @winter.coffee	49