



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMASARAN DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) FASHION**

studi pada akun instagram @gayatriwear

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.Ikom)

IRSYA AMALIA CAHYANI

NPM.203516516019

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

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**DIGITAL MARKETING IN FASHION MICRO SMALL AND
MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT**

(Case study on Instagram account @gayatriwear)

THESIS

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Communication Science (S.I.Kom)**

IRSYA AMALIA CAHYANI

NPM.203516516019

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATIONS STUDY PROGRAM**

2024



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Irsya Amalia Cahyani
NPM : 203516516019
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Fashion (Studi pada akun instagram @gayatriwear)

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan.

Jakarta, 28 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Irsya Amalia Cahyani
NPM : 203516516019
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha
Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Fashion
(Studi pada akun instagram @gayatriwear)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Penguji I : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.

Penguji II : Prof. Dr. Dra. Lely Arrianic, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIC
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Irsya Amalia Cahyani
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516019
Jurusan : Public Relation
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Fashion : Studi pada akun Instagram @gayatriwear

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 20 Agustus 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi"

Jakarta 27 Agustus 2024

Ketua Sidang Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Penguji I Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si

Penguji II Prof. Dr. Dra. Lely Arriannie, M.Si

Keterangan:

**) Lembaran ini dipos diwaktu di Sekretaris FESIP, apabila Skripsinya telah diposkan dan dinyatakan LULUS halaman ini tidak diposkan*

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Irsya Amalia Cahyani
NPM : 203516516019
Fakultas/Akademi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : Selasa 20 Agustus 2024

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA :

PEMASARAN DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
FASHION : studi pada akun Instagram @gayatriwear

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS :

DIGITAL MARKETING IN FASHION MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT : case
study on Instagram account @gayatriwear

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 28 Agustus 2024	TGL : 28 Agustus 2024	TGL : 28 Agustus 2024
 Prof. Dr. Dra. Lely Arliannie, M.Si	 Djudjer Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si	 Irsya Amalia Cahyani

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah Mengembangkan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah Fashion di Era Digital

Sebelumnya, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sulit bagi penulis untuk merampungkan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan FISIP Universitas Nasional.
3. Ibu Djudjur Luciana Radjaguguk., S.Sos. M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan Bapak Nursatyo, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional beserta jajarannya.
4. Ibu Prof. Dr. Dra. Lely Arriannie, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dari awal penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP., M.Si selaku dosen penguji saya yang telah menguji saya pada saat sidang proposal
6. Segenap Dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.
7. Terima Kasih kepada toko fashion Gayatri Wear terutama teman saya Nur Safitri, ka Fatimah Hasniah, ka Fatimah Husainah, ka Silki Natalia Yang telah membantu saya dalam memperoleh data pada penelitian ini.

8. Terima Kasih kepada orang tua tercinta, Papa Syarif dan Mama Euis yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta do'a kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada teman-teman saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu setia memberikan arahan dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini
10. *Thank You for My Self* sudah sampai dititik ini untuk menyelesaikan penelitian ini sampai selesai dan selalu yakin semuanya pasti akan berlalu.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



Jakarta, 9 Agustus 2024

Penulis

ABSTRAK

Nama :IRSYA AMALIA CAHYANI
NPM 203516516019
Judul Skripsi :Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Fashion
(Studi kasus pada akun instagram @gayatriwear)
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pemasaran Digital dalam Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) fashion melalui instagram GAYATRI WEAR dan mengetahui tantangan apa saja yang mereka Atasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori *Philip Kotler* Digital Marketing dengan *Premis : penciptaan nilai, pendekatan berpusat pada pelanggan, pemasaran rasional* dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus, Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada *premis penciptaan nilai* terkait pemasaran digital kecepatan dan penyebaran informasi telah dilakukan secara realtime kepada pelanggan melalui instagram. Pada *Premis pendekatan berpusat pada pelanggan* bahwa dengan pemasaran digital evaluasi tetap dilakukan terhadap produk fashion yang dibutuhkan pelanggan melalui informasi keluhan yang disampaikan pada pelanggan di instagram. Pada *Premis pemasaran rasional* pemasaran digital dilakukan oleh gayatri wear melalui penyesuaian model gaya yang fashionable yang mereka keluarkan setiap bulannya.

Kesimpulan dalam penelitian ini telah ditemukan oleh GAYATRI WEAR bahwa mereka akan mengeluarkan ide-ide baru untuk bisnis selanjutnya agar reputasi Gayatri tetap baik dan terus mendapat respon positif dari customer atau pelanggan setia Gayatri sendiri dengan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan Gayatri dapat meningkatkan engagement dan memperkuat koneksi emosional dengan konsumen.

Kata kunci Digitalisasi; E-commerce; Minat belanja online; UMKM

ABSTRACT

Name : IRSYA AMALIA CAHYANI
NPM : 203516516019
Thesis Title : Digital Marketing In Fashion Micro Small
And Medium Enterprise Development
(Studi kasus pada akun instagram
@gayatriwear)
Counsellor : Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si

The purpose of this study was to determine and analyze Digital Marketing in the development of micro, small and medium enterprises (umkm) fashion through Instagram GAYATRI WEAR and find out what challenges they overcome. In this study, researchers used Philip Kotler Digital Marketing Theory with Premises: value creation, customer-centered approach, rational marketing with qualitative research methods and case study approach, The results showed that on the premise of value creation related to digital marketing, the speed and dissemination of information has been carried out in real time to customers via Instagram. On the premise of a customer-centered approach that with digital marketing, evaluation is still carried out on fashion products that customers need through complaint information submitted to customers on Instagram. On the premise of rational marketing digital marketing is carried out by gayatri wear through adjusting the fashionable style models that they release every month.

The conclusion in this study has been found by GAYATRI WEAR that they will issue new ideas for the next business so that Gayatri's reputation remains good and continues to get a positive response from Gayatri's own loyal customers or customers by creating an unforgettable experience Gayatri can increase engagement and strengthen emotional connections with consumers.

Keywords Digitalization; E-commerce; Online shopping interest; UMKM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI	v-vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1-3
1.1 Latar Belakang	3-4
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6-9
2.2 Teori yang digunakan.....	25
2.2.1 Digital Marketing.....	25-27
2.2.2 Media Sosial.....	27-29
2.2.3 Jenis-Jenis Pemasaran Digital	29-30
2.2.4 Instagram.....	30-32
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Model Kerangka Pemikiran Penelitian.....	33-34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	35-36
3.3 Pendekatan Penelitian	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36-38
3.5 Informan Penelitian	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39-40
3.6.1 Derajat kepercayaan (<i>Credibility</i>).....	41
3.6.2 Kerealihan(<i>Transfability</i>).....	42
3.6.3 Kebergantungan (<i>Dependability</i>).....	42
3.6.4 Kepastian (<i>Comfermability</i>).....	42

3.9	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
-----	---	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi wilayah penelitian	44
4.1.1 Profil Gayatriwear	44
4.1.2 Strategi Pemasaran Gayatriwear... ..	44-45
4.1.3 Logo Gayatriwear.....	46
4.2 Profil Informan Penelitian	46
4.2.1 Informan Kunci	46-47
4.2.2 Informan Pokok.....	47-48
4.3 Penyajian Data Hasil Penelitian : Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Fashion	49
4.3.1 Premis Kecepatan Penyebaran dan Realtime	49-52
4.3.2 Premis Kemudahan Evaluasi.....	52-55
4.3.3 Premis Fokus pada Konsumen	56-58
4.4 Pembahasan.....	59-71
4.5 Konfigurasi Model Hasil Penelitian : Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Fashion	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
DAFTAR REFERENSI.....	81
LAMPIRAN.....	83-86
CV	88

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	10-24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	34
4.5 Konfigurasi Hasil Penelitian	72



DAFTAR GAMBAR

2.2.1	Media Social.....	28
2.2.2	Logo Instagram	31
2.2.3	Instagram.....	31
4.1.3	Logo Gayatri	46
4.4.1	Konten Video Reels	61
4.4.2	Membuat Sistem Highlight	61
4.4.3	Koleksi Gayatriwear.....	62
4.4.4	Koleksi Liona Outer Gayatriwear	64
4.4.5	Testimoni Customer	64
4.4.6	Koleksi Anjani Dress Gayatriwear.....	65
4.4.7	Koleksi Kaluna Tunik Gayatriwear	67
4.4.8	Koleksi Bianca Dress Gayatriwear	68
4.4.9	Koleksi Sania Midi Dress Gayatriwear.....	69
4.4.10	Koleksi Black Tunik Gayatriwear.....	70
4.4.11	Koleksi Namira Dress dan Diana Tunik Gayatriwear.....	70
4.4.12	Koleksi Ginara Tunik Gayatriwear	72
4.4.13	Koleksi Serena Classic Gayatriwear	72
4.4.14	Koleksi Hani Tunik dan Arumni Saroong Black Gayatriwear	73
4.4.15	Koleksi Aruna Dress Gayatriwear	73
4.4.16	Koleksi Jessie Dress Gayatriwear	74
4.4.17	Koleksi Diandra Tunik Gayatriwear	74
4.4.18	Koleksi Nania Flower dan Jemima Blue Gayatriwear	75
4.4.19	Koleksi Nadine Dress Gayatriwear	75
4.4.20	Koleksi Devara Tunik Gayatriwear	76
4.4.21	Koleksi Mera Tunik Pink dan Blue Gayatriwear	76
4.4.22	Koleksi Bluma Series Gayatriwear	77
4.4.23	Koleksi Atma Tunik Blue dan Cream Gayatriwear	77
4.4.24	Koleksi Delia Tunik Gayatriwear.....	78
4.4.25	Koleksi Bina Tunik dan Bina Dress Gayatriwear	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Cek Hasil Turnitin	83
Lampiran 2 Surat Penugasan Pembimbing Skripsi	84
Lampiran 3 SKPI.....	85
Lampiran 4 Konsultasi Bimbingan... ..	86
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara	87
Lampiran 6 Riwayat Hidup... ..	88

