



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN IWEARPAPILLON  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PEMBELI MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.Kom)

**Shelena Putri Athalia**

**NPM.193516516338**

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

**2023**



**NATIONAL UNIVERSITY**

**IWEARPAPILLON MARKETING COMMUNICATION  
STRATEGY IN INCREASING THE NUMBER OF BUYERS  
THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA**

**THESIS**

Submitted as one of the conditions for obtaining a Bachelor of Communication

Science degree (S.I.Kom)

**Shelena Putri Athalia**

**NPM.193516516338**

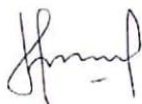
**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

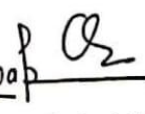

	<b>UNIVERSITAS NASIONAL</b> <b>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK</b> <b>JAKARTA</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b>	
Nama Mahasiswa	: Shelena Putri Athalia
NIM	: 193516516338
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN IWEARPAPILLON DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PEMBELI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
Diajukan Untuk	: Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional
UNIVERSITAS NASIONAL	
Disahkan untuk diajukan	
Jakarta, 10 Maret 2023	

Dosen Pembimbing,



Dr. Sri Desti Purwatningsih, M.Si.

Dekan,

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA


### HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Shelena Putri Athalia  
NPM : 193516516338  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Iwearpapillon  
Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Melalui  
Media Sosial Instagram

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

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si. Ttd 

Pembimbing I/Penguji I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si. Ttd 

Pembimbing II/Penguji II : Dr. Nurhasanah Hasptaini, M.Si. Ttd 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 / 03 / 2023

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Shelena Putri Athalia  
NPM : 193516516338  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Iwearpapillon Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Melalui Media Sosial Instagram

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijasah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta,

Yang membuat pernyataan,

Shelena Putri Athalia

## ABSTRAK

Nama : Shelena Putri Athalia  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul :Strategi Komunikasi Pemasaran Iwearpapillon Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Melalui Media Sosial

### Instagram

**Kata Kunci**  
Teori A-T-R,  
Strategi  
Komunikasi  
Pemasaran,  
Jumlah Pembeli,  
Instagram

Kehadiran Instagram sebagai media sosial tidak hanya sebagai tempat untuk berbagi kehidupan di dunia maya tetapi juga dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis. Iwearpapillon salah satu toko online yang melakukan pemasaran melalui Instagram. Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Iwearpapillon Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Melalui Media Sosial Instagram”, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Iwearpapillon dalam meningkatkan jumlah pembeli melalui media sosial Instagram dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dari strategi komunikasi pemasaran Iwearpapillon dalam meningkatkan jumlah pembeli melalui media sosial Instagram. Penelitian menggunakan teori A-T-R dan konsep strategi komunikasi pemasaran yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat. Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan sifat deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah berdasarkan data primer yaitu wawancara dan data sekunder yaitu observasi, buku, dokumen, laporan-laporan, dan data internet. Narasumber penelitian ini terdapat tiga (3) orang salah satunya yaitu pemilik Iwearpapillon (key Informan) dan dua pembeli (Informan). Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan adalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Iwearpapillon dalam meningkatkan jumlah pembeli adalah dengan periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat. Kemudian terdapat faktor pendukung adalah periklanan dan faktor penghambat adalah pemasaran langsung.

Pembimbing

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

## ***ABSTRACT***

Name : Shelena Putri Athalia  
Study Program : Communication Science  
Title : Iwearpapillon Marketing Communication Strategy in  
Increasing the Number of Buyers Through Instagram

### Social Media

<b>Keywords</b> A-T-R Theory, Marketing Communication Strategy, Number of Buyers, Instagram	<p>The presence of Instagram as a social media is not only a place to share life in cyberspace but can also be used by business people. Iwearpapillon is one of the online stores that does marketing through Instagram. The research with the title "Iwearpapillon Marketing Communication Strategy In Increasing The Number Of Buyers Through Instagram Social Media", the purpose of the study was to find out Iwearpapillon's marketing communication strategy in increasing the number of buyers through Instagram social media and to find out the supporting and inhibiting factors of Iwearpapillon's marketing communication strategy in increasing the number of buyers through Instagram social media.</p> <p>The research uses A-T-R theory and the concept of marketing communication strategies consisting of advertising, sales promotion, personal sales, direct marketing, and community relationships. The research approach is qualitative with a descriptive nature. Data collection techniques are based on primary data, namely interviews and secondary data, namely observations, books, documents, reports, and internet data. The resource persons for this study were three (3) people, one of which was the owner of Iwearpapillon (key Informant) and two buyers (Informant).</p> <p>Based on the data analysis carried out, the conclusion was obtained that the marketing communication strategy carried out by Iwearpapillon owners in increasing the number of buyers was by advertising, sales promotion, personal sales, direct marketing, and public relations. Then there is a supporting factor is advertising and the inhibiting factor is direct marketing.</p>
<b>Advisor</b>	Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya 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 Strategi Komunikasi Pemasaran Iwearpapillon Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Melalui Media Sosial Instagram.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- a) Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya;
- b) Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya;
- c) Bapak Dr. Adi Prakosa, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional;
- d) Bapak Nursatyo, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional beserta jajarannya;
- e) Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran, untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini;



- f) Segenap dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu;
- g) pihak Iwearpapillon dan pihak pembeli yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan;
- h) Orang tua dan keluarga peneliti yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- i) Sahabat dan teman perkuliahan peneliti yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Jakarta, Februari 2023



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Shelva', is written over the bottom right corner of the Universitas Nasional logo.

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	6
I.3. Tujuan Penelitian.....	6
I.4. Manfaat Penelitian.....	7
I.5. Sistematika Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
II.1. Penelitian Terdahulu.....	9
II.2. Landasan Teori.....	13
II.2.1. Teori A-T-R.....	13
II.3. Landasan Konsep.....	15
II.3.1. Strategi.....	15

	II.3.2. Komunikasi Pemasaran .....	18
	II.3.3. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	22
	II.3.4. Media Baru .....	25
	II.3.5. Media Sosial .....	26
	II.3.6. Instagram .....	28
	II.4. Kerangka Pemikiran .....	31
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
	III.1. Pendekatan Penelitian.....	32
	III.2. Jenis Penelitian.....	32
	III.3. Metode Penelitian.....	33
	III.4. Teknik Pengumpulan Data.....	33
	III.4.1. Data Primer.....	34
	III.4.2. Data Sekunder.....	34
	III.5. Penentuan Key Informan dan Informan.....	34
	III.5.1. Key Informan.....	34
	III.5.2. Informan.....	34
	III.6. Definisi Konseptual.....	35
	III.7. Teknik Keabsahan Data.....	37
	III.8. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	38
	III.9. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
	IV.1. Gambaran Objek Penelitian.....	39
	IV.2. Analisis Hasil Penelitian.....	65

	V.3. Pembahasan.....	77
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
	V.1. Kesimpulan.....	80
	V.2. Saran.....	81
	V.2.1. Saran Akademis.....	81
	V.2.2. Saran Praktis.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>xiv</b>
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data-Data Penjualan Iwearpapillon.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Iwearpapillon.....	3
Gambar 4.1 Logo Iwearpapillon.....	39
Gambar 4.2 Produk Iwearpapillon (Kara Knit Top).....	41
Gambar 4.3 Produk Iwearpapillon (Aubrey Dress).....	42
Gambar 4.4 Produk Iwearpapillon (The Enchanted Dress).....	43
Gambar 4.5 Produk Iwearpapillon (Kei Dress).....	44
Gambar 4.6 Produk Iwearpapillon (Aeri Top).....	45
Gambar 4.7 Produk Iwearpapillon (Zoe Top).....	46
Gambar 4.8 Produk Iwearpapillon (Yoona T-shirt).....	47
Gambar 4.9 Produk Iwearpapillon (Rose Tweed Short).....	48
Gambar 4.10 Produk Iwearpapillon (Alba Dress Set).....	49
Gambar 4.11 Produk Iwearpapillon (Leon Cullote Pants).....	50
Gambar 4.12 Produk Iwearpapillon (Yora Cullote).....	51
Gambar 4.13 Produk Iwearpapillon (Gladys Organza).....	52
Gambar 4.14 Produk Iwearpapillon (Kiyora Set).....	53
Gambar 4.15 Produk Iwearpapillon (Reva Pants).....	54
Gambar 4.16 Produk Iwearpapillon (Martha Set).....	55
Gambar 4.17 Produk Iwearpapillon (Jessi Sweet Pants).....	56
Gambar 4.18 Produk Iwearpapillon (Jisoo Dress).....	57
Gambar 4.19 Produk Iwearpapillon (Chloe Midi Dress).....	58

Gambar 4.20 Produk Iwearpapillon (Kemeja Pop).....	59
Gambar 4.21 Produk Iwearpapillon (La Belle).....	60
Gambar 4.22 Produk Iwearpapillon (Eden One Set).....	61
Gambar 4.23 Produk Iwearpapillon (Constella Blouse).....	62
Gambar 4.24 Produk Iwearpapillon (Leah Tweed Cardigan).....	63
Gambar 4.25 Produk Iwearpapillon (Pop Dress).....	64
Gambar 4.26 Produk Iwearpapillon (Dixey Turtleneck).....	65
Gambar 4.27 <i>Endorsement</i> Futari Kusuma.....	68
Gambar 4.28 <i>Endorsement</i> Pamela Aigan.....	68
Gambar 4.29 Promosi Penjualan 1.....	70
Gambar 4.30 Promosi Penjualan 2.....	71
Gambar 4.31 Penjualan Personal.....	72
Gambar 4.32 Pemasaran Langsung.....	74
Gambar 4.33 Hubungan Masyarakat.....	75

