



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *YASH! SHOE AND
LEATHER CARE* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PENGGUNA JASA MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

SKRIPSI

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

Muhammad Rizal Vahlevi

153112351650009

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PUBLIC RELATIONS**

2022



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY YASH! SHOE
AND LEATHER CARE IN INCREASING THE NUMBER OF
SERVICE USERS THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA**

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of Communication
Studies (S.Ikom)

Muhammad Rizal Vahlevi

153112351650009

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
PUBLIC RELATIONS**

2022



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Rizal Vahlevi
NPM : 153112351650009
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Prodi / Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YASHI SHOE AND LEATHER CARE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGGUNA JASA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 5 September 2022, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 5 September 2022

Ketua Sidang : Asst Prof Zikri Neni Iska, M.Psi.

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si

Penguji II : Swastiningsih, S.E., M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Rizal Vahlevi

NPM : 153112351650009

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Yash! *Shoe And Leather Care*

Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Melalui Media Sosial
Instagram

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

Disetujui untuk Disahkan
Jakarta, 15, September 2022

Dosen Pembimbing

Dekan

Swastiningsih S.E., M.Si



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rizal Vahlevi

NIM : 153112351650009

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Yash! *Shoe And Leather Care*
Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa 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 ijazah 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.

Jakarta, 15 September 2022

Yang membuat Pernyataan



Muhammad Rizal Vahlevi

ABSTRAK

Nama : Muhammad Rizal Vahlevi
NPM : 153112351650009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Yash! Shoe And Leather Care Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Melalui Media Sosial Instagram

Kata Kunci Strategi komunikasi, komunikasi pemasaran, media sosial, Instagram	Salah satu upaya yang dilakukan Yash! Shoe And Leather Care dalam memperkenalkan bisnis nya yaitu dengan menggunakan platform digital. Pada saat ini kegiatan pemasaran yang menggunakan platform digital telah berperan penting dalam pertumbuhan teknologi. Salah satunya Yash! Shoe And Leather Care dalam memperkenalkan produk jasa cuci sepatu kepada masyarakat. Yash! Shoe And Leather Care merupakan sebuah bisnis jasa cuci sepatu yang dimana menawarkan berbagai perawatan bagi sepatu. Penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Yash! Shoe And Leather Care Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Melalui Media sosial Instagram” Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Yash! Shoe And Leather Care dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa melalui media sosial Instagram. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara dengan <i>key informan</i> dan juga <i>informan</i> . Teori dan konsep yang di gunakan sebagai alat bantu analisis dalam penelitian kali ini adalah new media dan juga menggunakan konsep strategi komunikasi dan komunikasi pemsaran. Berdasarkan analisis yang dilakukan Yash! Shoe And Leather Care dalam melakukan kegiatan pemasaran nya melalui media sosial instagram memberikan dampak yang cukup baik dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna jasa cuci sepatu dan diharapkan akan semakin berkembang di kemudian waktu.
Pembimbing	Swastiningsih, S.E., M.Si.

ABSTRACT

Nama : Muhammad Rizal Vahlevi
NPM : 153112351650009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Yash! Shoe And Leather Care Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Melalui Media Sosial Instagram

Kata Kunci	One of the attempts Yash! Shoe And Leather Care in introducing its business by using a digital platform. At this time marketing activities using digital platforms have played an important role in the growth of technology. Like Yash! Shoe And Leather Care in introducing the products they offer. One of them Yash! Shoe And Leather Care in introducing shoe washing service products to the public. Yash! Shoe And Leather Care is a shoe washing service business which offers a variety of treatments for your favorite shoes that want to look like new again. The research entitled “Yash! Marketing Communication Strategy! Shoe And Leather Care In Increasing The Number Of Service Users Through Instagram Social Media” The purpose of this research is how the marketing communication strategy is carried out by Yash! Shoe And Leather Care in increasing the number of service users through Instagram social media. The data in this study were obtained by conducting interviews with key informants and informants. The theories and concepts used as analytical tools in this study are new media and also use the concepts of communication strategies and marketing communications. Based on the analysis done by Yash! Shoe And Leather Care in carrying out its marketing activities through Instagram social media has a pretty good impact with the increasing number of shoe washing service users and is expected to grow in the future.
Strategi komunikasi, komunikasi pemasaran, media sosial, Instagram	
Pembimbing	Swastiningsih, S.E., M.Si.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Yash! Shoe And Leather Care Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Melalui Media Sosial Instagram” sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Skripsi ini dilatarbelakangi oleh strategi komunikasi yang di terapkan oleh Yash! *Shoe And Leather Care* dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih secara akademik ataupun praktik. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesarbesarnya untuk semua pihak yang telah membantu hingga penyusunan skripsi ini selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si. Selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si. Selaku wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

5. Bapak Drs. Adi Prakosa, M. Si, selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S. Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Dra. Masnah, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik dan penguji 1 yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan mengenai penulisan skripsi.
8. Swastiningsih, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing dan penguji 2 yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Asoc Prof. Zikri Neni Iska, M.Psi. selaku ketua sidang yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan mengenai penulisan skripsi
10. Kedua orangtua penulis, Bapak Abdul Hamid dan Ibu Hesti Sri Wulandari selaku ayah dan mamah yang senantiasa selalu memberikan dukungan selama penulisan skripsi ini
11. Ucapan terimakasih kepada saudara Dias Ricardo selaku pemilik dari usaha jasa cuci sepatu Yash! *Shoe And Leather Care*, Bapak Rizky Azhar dan Bapak Angga Apriyanto selaku konsumen dari Yash! *Shoe And Leather Care* telah mengizinkan, mendukung, dan memberikan pengalaman untuk melakukan penelitian ini.
12. Seluruh dosen FISIP khususnya prodi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama perkuliahan. Penulis juga

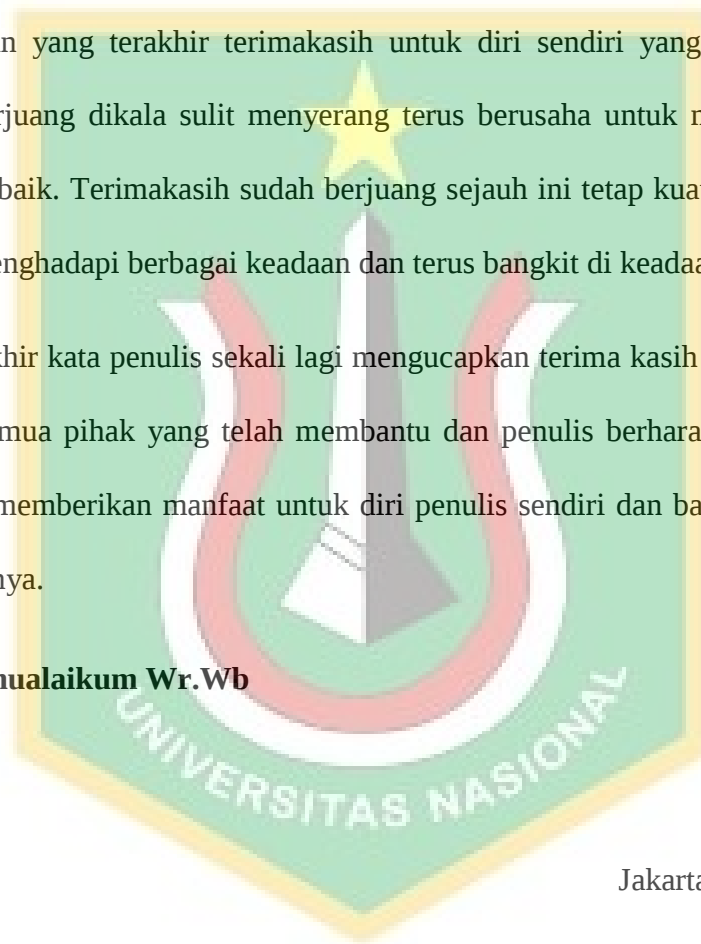
mengucapkan terimakasih juga kepada staff sekretaris FISIP yang turut memberikan kemudahan bagi penulis dalam penyusunan skripsi.

13. Teruntuk seperjuangan Skripsi Fauzi, Febri, Gabriel, Aldina, Aqmarina, Hanifah, Dimas, Olan, Akbar, Nurul, Dwy, Debora dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan yang selama pembuatan skripsi selalu mendukung, mendengarkan keluh kesah, menemani dan menghibur.

14. Dan yang terakhir terimakasih untuk diri sendiri yang senantiasa tetap berjuang dikala sulit menyerang terus berusaha untuk memberikan yang terbaik. Terimakasih sudah berjuang sejauh ini tetap kuat dan tegar dalam menghadapi berbagai keadaan dan terus bangkit di keadaan yang sulit.

Akhir kata penulis sekali lagi mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk diri penulis sendiri dan bagi siapapun yang membacanya.

Wassalamualaikum Wr.Wb



Jakarta, 4 Agustus 2022

Penulis

Daftar Isi

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
Daftar Isi	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	10
1.3 TUJUAN PENELITIAN	11
1.4 MANFAAT PENELITIAN	11
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	12
BAB II	14

TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	14
2.2 KERANGKA KONSEP DAN TEORI	16
2.2.1 STRATEGI KOMUNIKASI.....	16
2.2.2 KOMUNIKASI PEMASARAN	21
2.2.3 STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN	25
2.2.4 <i>NEW MEDIA</i> (MEDIA BARU).....	28
2.2.5 MEDIA SOSIAL	33
2.2.5.1 KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL.....	34
2.2.5.2 MANFAAT MEDIA SOSIAL.....	35
2.2.6 PLATFORM MEDIA SOSIAL YANG DIGUNAKAN	39
2.2.7 PENGERTIAN <i>INSTAGRAM</i>	39
2.2.7.1 MANFAAT INSTAGRAM.....	40
2.2.7.2 FITUR-FITUR YANG TERDAPAT DI INSTAGRAM.....	40
2.2.7.2 KARAKTERISTIK INSTAGRAM.....	41
2.2.7.3 Pengelolaan Media Sosial <i>Instagram</i>	43
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	45
BAB III.....	46
METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 PENDEKATAN PENELITIAN DAN JENIS PENELITIAN	46
3.2 PENENTUAN INFORMAN.....	47

3.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	48
3.4 TEKNIK PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	50
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	54
BAB IV	57
PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	57
4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.1.1 Sejarah Singkat Yash! Shoe And Leather Care	57
4.1.2 Profil Yash! Shoe And Leather Care	59
4.1.3 Struktur Organisasi Yash Shoe and Leather Care	60
4.1.4 Tugas dan Wewenang.....	60
4.2 Pembahasan	61
4.2.1 Pembahasan Komunikasi Pemasaran Yash! Shoe And Leather Care.....	61
4.2.2 Pembahasan strategi Komunikasi Pemasaran pada Yash! Shoe And Leather Care.....	69
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram	5
Gambar 1. 2 Jumlah Pengikut Awal	7
Gambar 1. 3 Jumlah Pengikut Terbaru	8
Gambar 1. 4 logo Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	10
Gambar 3. 1 Alur Penyajian data	53
Gambar 4. 1 Logo Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	59
Gambar 4. 2 Profil <i>Instagram</i> Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	72
Gambar 4. 3 Unggahan Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	73
Gambar 4. 4 Komunikasi Konsumen Dengan Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	74
Gambar 4. 5 Komunikasi Konsumen Dengan Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	75
Gambar 4. 6 Unggahan Jenis Produk.....	76
Gambar 4. 7 Daftar Harga.....	77
Gambar 4. 8 Pemberian Garansi	78
Gambar 4. 9 Iklan <i>Instagram</i> Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	79
Gambar 4. 10 <i>Intagram Story</i> Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	80
Gambar 4. 11 <i>Instagram Reels</i> Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	81
Gambar 4. 12 Testimoni Konsumen	82
Gambar 4. 13 Data Usia Pengguna Jasa Yash! <i>Shoe And Leather Care</i>	83

Gambar 4. 14 Grafik Peningkatan Jumlah Pengguna Jasa.....	84
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	16
---------------------------------------	----

Tabel 4. 1 Struktur Organisasi	60
--------------------------------------	----

