



## RISMA BUDI OCTAVIANTI

Lahir di Bekasi, 09 Oktober 1998  
Berstatus sebagai mahasiswi  
di Universitas Bhayangkara Jakarta  
Raya. Saya mempunyai ketertarikan  
dengan fotografi, dan desain grafis,  
mampu bekerja secara tim  
dengan baik

### CONTACT ME

**ADDRESS**  
Perum Mutiara Gading Timur 2  
Blok N9/16 RT.11 RW.29 Mustikajaya  
BEKASI

**PHONE**  
089644848950

**MAIL**  
Rismaoctav@gmail.com

**INSTAGRAM**  
@rismaoctav



### PENDIDIKAN

2004 - 2010 SD NEGRI 09 JATIMULYA  
2010 - 2013 SMP NEGRI 04 TAMBUN SELATAN  
2013 - 2016 SMA TERATAI PUTIH GLOBAL  
2016 - Now UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA



### PENGALAMAN ORGANISASI

2017 BENDAHARA KOFFI UBJ (COMMUNITY FILM  
OF COMMUNICATION UNIVERSITAS  
BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)  
2017 PARTICIPATION OF POLICE MOVIE FESTIVAL  
2017 WARDAH GOES TO CAMPUS  
2017 PESTA KREASI UBJ 2017  
2018 VOLUNTEER ASIAN GAMES 2018  
2018 PAMERAN KOMUNIKASI, KOPI, LOBI  
DAN SENI (KOPI LOBI)  
2019 COMMUNICATION FESTIVAL 3.0



### KETERAMPILAN

#### Microsoft Office

- Microsoft Word  
- Microsoft Excel  
- Microsoft PowerPoint



#### Videography

- Adobe Premiere



#### Graphic Design

- Adobe Photoshop  
- Adobe InDesign



### KEMAMPUAN

Sosial Media  
Kreatif  
Kerja Tim  
Organisasi  
Public Speaking





**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Kampus I : Jl. Harsono RM No.67, Ragunan, Pasar Minggu  
Jakarta Selatan 12550

Telepon : (021) 27808121, 27808882

Kampus II : Jl Perjuangan Raya, Marga Mulya - Bekasi Utara  
Telepon : (021) 88955882 Fax : (021) 88955871

Website : [Http://www.ubharajaya.ac.id](http://www.ubharajaya.ac.id) Email : [fikom@ubharajaya.ac.id](mailto:fikom@ubharajaya.ac.id)

**SURAT PENGANTAR**

Nomor : Speng/005/II/2021/Fikom-UBJ

Perihal : Permohonan Izin Penelitian Skripsi  
Lampiran : -

Yth. Pemilik Ella Fashion Shop  
Ella Fashion Shop  
Jl. Sersan Marjuki, RT.007/RW.003, Pekayon Jaya,  
Kec. Bekasi Sel., Kota Bks, Jawa Barat 17148

Dengan Hormat,

Bersama dengan surat ini, Kami dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian skripsi di Lembaga yang Saudara/i pimpin. Berikut mahasiswa/i yang akan melakukan penelitian :

Nama : Risma Budi Octavianti  
NPM : 201610415147  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Proses Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Instagram Stories akun @ellafashionshop)

Kegiatan penelitian dilakukan sesuai tanggal keluar surat pengantar ini, mohon kepada mahasiswa/i yang bersangkutan dapat diberikan bantuan dalam memperoleh data sesuai dengan kebutuhan penelitian.

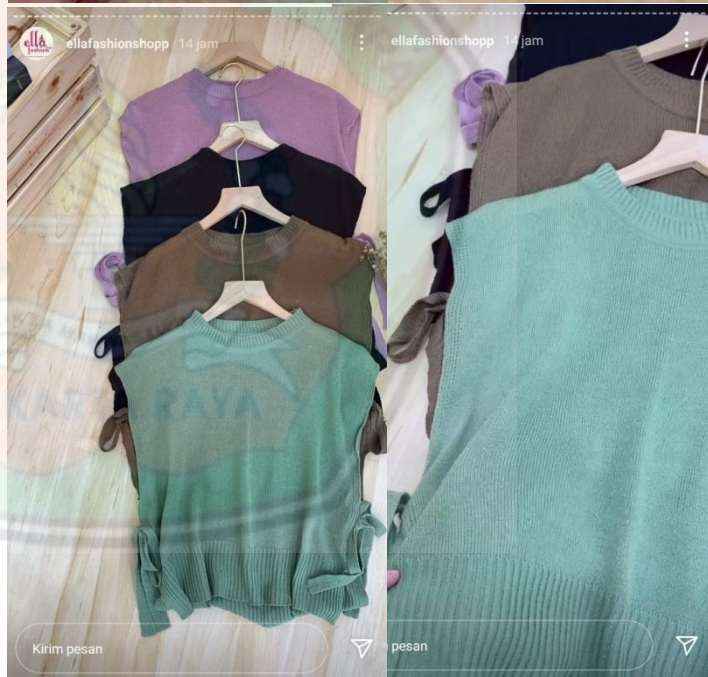
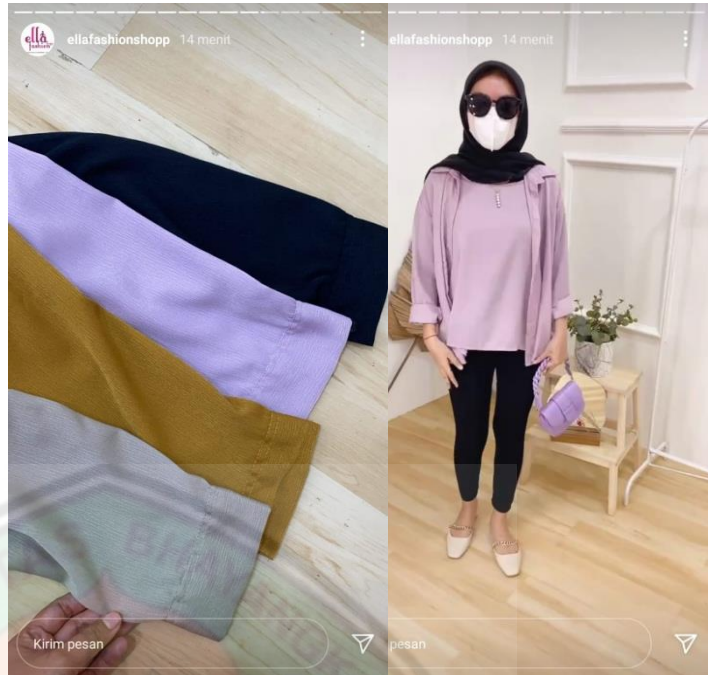
Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Bekasi, 17 Januari 2021

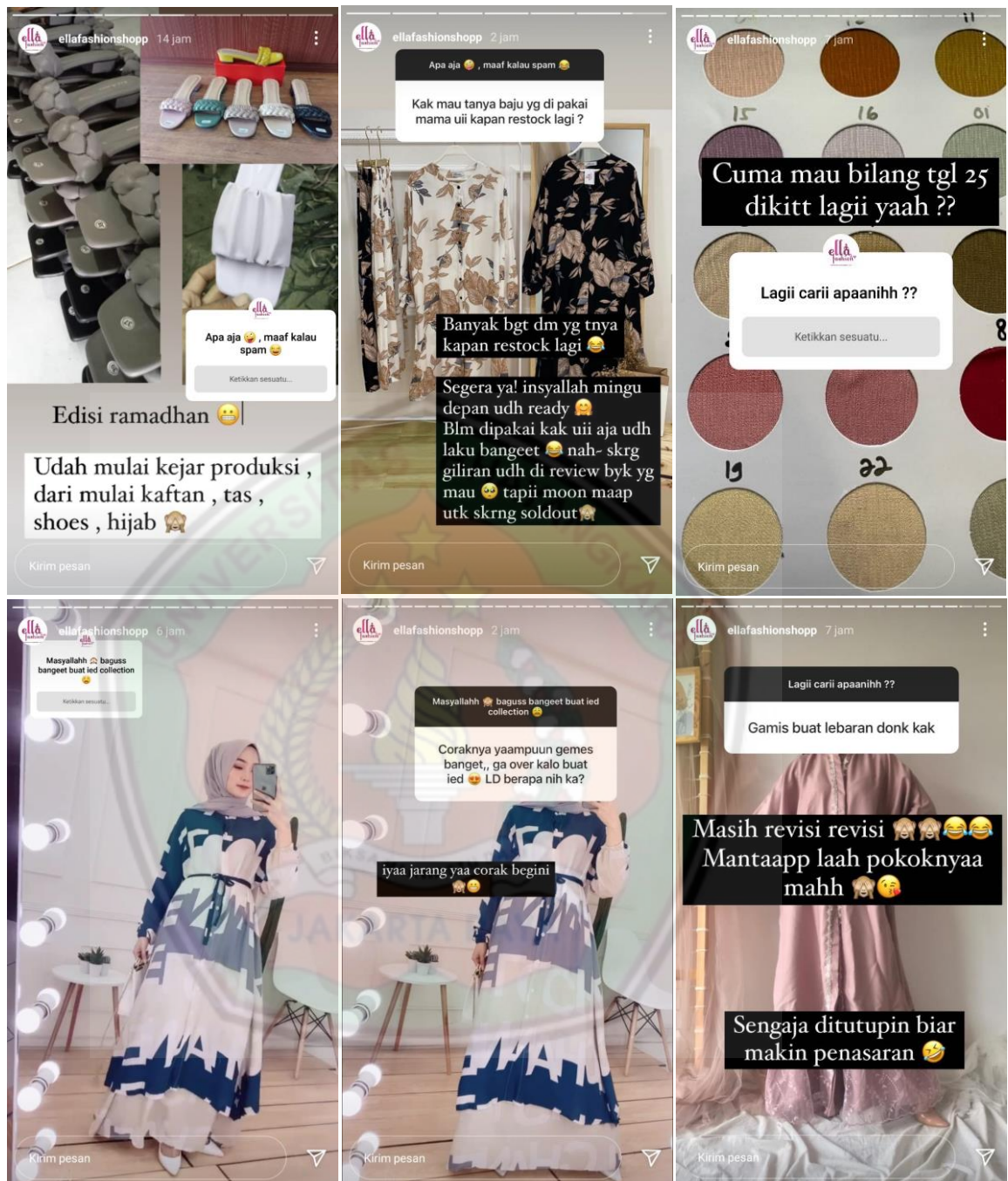
Dean Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya



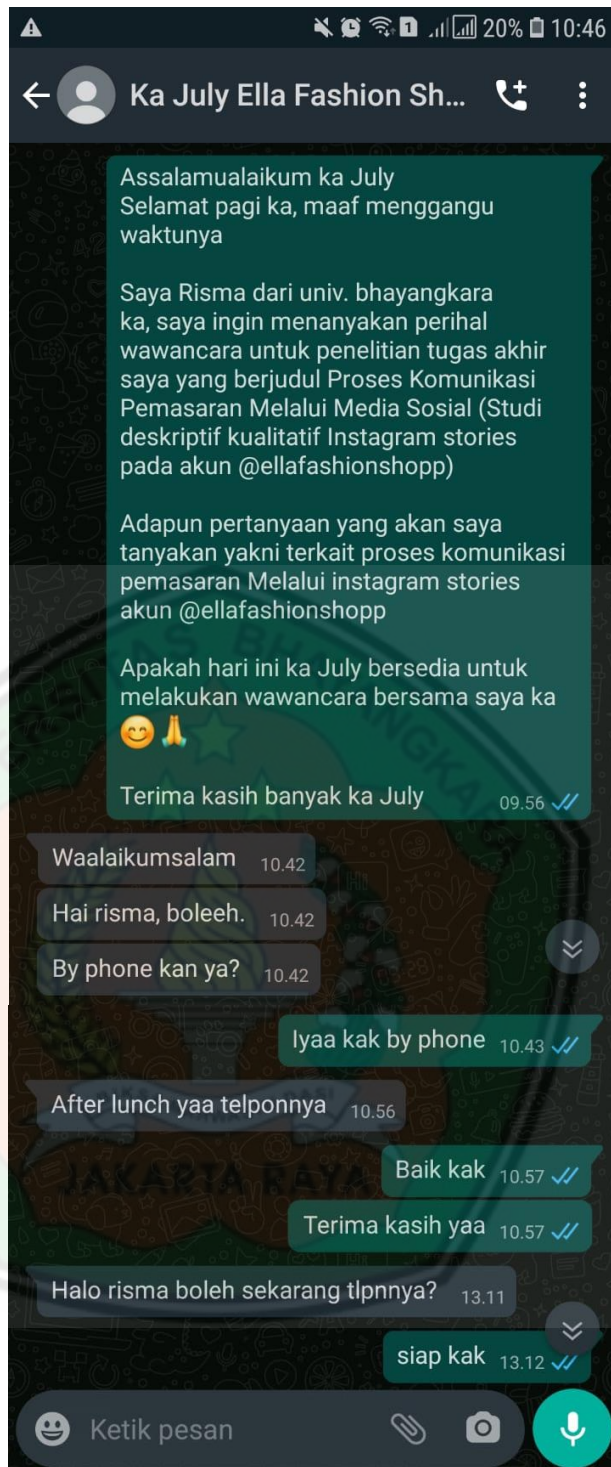
Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 1504222



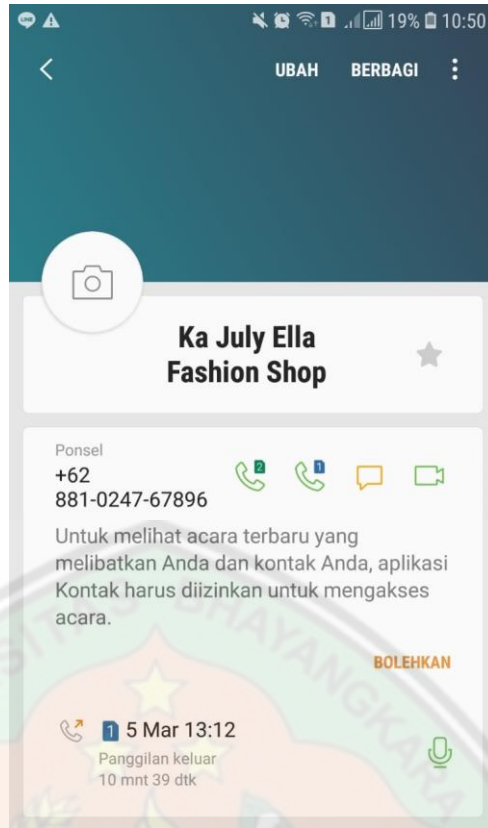
kumpulan komunikasi pemasaran melalui instagram stories akun @ellafashionshopp yang berhasil peneliti kumpulkan dengan cara *screem capture* instagram stories tersebut



kumpulan komunikasi pemasaran melalui instagram stories akun @ellafashionshopp memanfaatkan fitur QnA yang berhasil peneliti kumpulkan dengan cara *screem capture* instagram stories tersebut



Scereen Capture percakapan peneliti dengan tim Pemasaran sebagai admin instagram akun @ellafashionshopp



*Screen Capture* history panggilan dengan ka July salah satu tim pemasaran untuk media sosial Ella Fashion Shop



*Screen Capture* wawancara dengan followers Ella Fashion Shop  
Yaitu Fifi dan Ratih

Jika keberatan, wawancara ini juga dapat dilakukan melalui direct message instagram

Besar harapan saya ka dnyi dapat bersedia menjadi informan penelitian saya. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih 🙏

22 Mar 15.25



Boleh . Via dm saja gimana ??

22 Mar 17.02

Baik kak

Sebelumnya aku mau tanya, agar tidak mengganggu aktivitas ka dnyi kirakira saya bisa wawancara kapan ya?



Kapan saja in syaa Allah bisa.



Pesan...



Screen capture wawancara dengan followers Ella Fashion Shop secara daring melalui direct message instagram

## Hasil wawancara key Informan

### Admin Instagram @ellafashionshopp

Nama Lengkap : Juli Sofia

Usia : 25 tahun

Divisi : Admin Media Sosial Instagram @ellafashionshopp


No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama ka Juli bergabung dengan @ellafashionshopp?	Sejak tahun 2018 bulan Mei aku bergabung dengan tim ella fashion shop untuk mengoperasikan akun instagram @ellafashionshopp
2	Penjualan seperti apa yang dilakukan Ella Fashion Shop untuk menarik minat para pembeli?	kami menjual produk menggunakan dua metode yang pertama kami memiliki offline store untuk pemasaran secara langsung dan kami juga menjual produk melalui media sosial Instagram. Kami juga memanfaatkan media sosial untuk memberi informasi barang baru dan suasana toko kami.
3	Metode penjualan personal yang dilakukan melalui offline store biasanya dengan cara bagaimana kak?	Untuk penjualan personal itu dilakukan pada saat awal ka Ella membangun brand Ella Fashion Shop. jadi awal mula itu nawarin ke temen-temen ka Ella dan temen-temen adanya ka Ella nah dari situ banyak yang suka sama produk yang dijual, karena kualitas dan harganya tidak terlalu mahal dan penjualan pun melalui personal mungkin pada masa itu efektif ya jadi sudah banyak yang tau kalau ka Ella jual produk baju wanita yang mengikuti trend anak muda. Kami sudah melakukan perubahan metode pemasaran melalui media sosial
4	Apa motivasi dari penyampaian informasi melalui media sosial instagram?	Pertama karena penggunaan media sosial instagram pada awalnya untuk <i>branding</i> . Targetnya ya kita bisa memperkenalkan produk kai, meningkatkan penjualan, dan mendapatkan konsumen baru melalui instagram tersebut



5	Bagaimana promosi yang dilakukan Ella Fashion Shop untuk menarik minat pembeli?	Promosi yang kami lakukan melalui media sosial Instagram stories biasanya melalui diskon dan itu juga di moment tertentu seperti bulan Ramadhan saat mendekati hari lebaran dan promo hari natal dan tahun baru. Promosi ini sering kami lakukan di offline store dengan sale beberapa produk. karena Alhamdulillah brand ellafashionshop sudah dikenal banyak orang jadi kami juga membuat promosi melalui online dengan memberikan voucher belanja untuk konsumen yang membeli melalui online store. tetapi karena sekarang sedang pandemik kami membuat promosinya hanya melalui voucher belanja dan diskon produk tertentu. Promo selain event di waktu tertentu kami hanya memberikan gratis ongkos kirim ke jabodetabek dan buy1get1 di produk tertentu biasanya sih
6	Promosi regular seperti gratis ongkos kirim dan buy1get1 itu biasanya diadakan berapa kali dalam satu bulan kak?	Kalau gratis ongkos kirim sebulan sekali ada selalu, kalau buy1get1 biasanya 2 sampai 3 bulan sekali
7	Menurut ka Juli, dengan adanya komunikasi pemasaran dalam bisnis online penting atau tidak kak?	Penting, karena komunikasi pemasaran dapat menginformasikan kepada pembeli, calon konsumen secara langsung ataupun tidak langsung mengenai produk yang kita jual, tapi kita juga sebagai pembisnis online harus mempunyai sasaran yang tepat agar komunikasi pemasaran kita berhasil, dalam membujuk dan meningkatkan konsumen.
8	Media apa saja yang digunakan ella fashion shop untuk melakukan pemasaran produk kak?	Kami hanya menggunakan instagram untuk melakukan komunikasi pemasaran dan kami memfokuskan pemasarannya itu melalui instagram stories
9	Mengapa Ella Fashion Shop memilih media sosial Instagram dan menggunakan fitur Instagram	Saat ini Instagram kan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan ya dan menurut saya

	<p>stories sebagai pemasaran dalam melakukan pemasaran produk anda?</p>	<p>Instagram sangat mudah untuk di akses udah gitu banyak fitur yang terus berkembang pada Instagram salah satunya Instagram stories yang sangat kami gunakan untuk komunikasi pemasaran tersebut. dan juga Ella fashion shop kan mempunyai official store jadi pada awalnya ka Ella sendiri memutuskan untuk membuka online store dan memasarkannya melalui instagram karena mau memperkenalkan brand ella fashion shop agar menjangkau konsumen lebih luas</p>
10	<p>Pesan seperti apa yang disampaikan Ella Fashion Shop melalui Instagram stories sehingga menarik dilihat oleh konsumen?</p>	<p>Pesan yang kami sampaikan biasanya melalui Instagram stories, menggunakan video atau foto produk yang kami jual. Instagram stories yang kami buat sekaligus memberikan pesan seperti detail produk, mulai dari harga, bahan, ukuran, dan lainnya. Kalau barang tersebut langsung habis terjualpun kami langsung informasikan melalui Instagram stories tanpa kita upload ke feeds. Kalau produk masih tersedia akan kami upload ke feeds</p>
11	<p>Apakah Ella Fashion Shop hanya melakukan komunikasi pemasaran melalui Instagram? Apakah ada acara lain seperti iklan diperlukan dalam komunikasi pemasaran ini?</p>	<p>Kami memasarkan hanya melalui Instagram, pada fitur Instagram stories. Biasanya kalo iklan gitu kami melakukan endorse kepada selebgram, karena endorse ke selebgram sekarang lumayan berpengaruh ya. Tapi kita juga melihat selebgramnya terlebih dahulu apakah feedback yang didapatkan sesuai dengan harga endorse mereka. Kalo feedbacknya sesuai kan jadi banyak juga yang mengetahui brand ella fashion shop dan modal yang kami keluarkan untuk biaya endorse pun balik dengan orderan yang banyak.</p>
12	<p>Apa hal-hal yang harus di perhatikan perusahaan dalam</p>	<p>Yang paling utama untuk proses komunikasi pemasaran kami melalui instagram stories jangan</p>

	proses komunikasi pemasaran pada Instagram stories?	sampai konten yang kami upload mengandung SARA dan konten yang menyinggung aja paling sih
13	Apakah ada template khusus untuk melakukan proses komunikasi pemasaran melalui Instagram stories?	Kalau template secara khusus gitu tidak ada kak, Cuma kami mempunyai studio yang sudah kami susun, kami merencanakan tata letak interior studio sebelum kami melakukan pemasaran, pasti kami akan menata studio agar terlihat lebih aestetik menggunakan cermin, gantungan baju dan elemen yang lain supaya para followers yang melihat instagram story kami tidak bosan memperhatikan dan menyimak pesan yang kami sampaikan. Kan kalau seperti itu pasti akan menarik minat para pembeli yaa.
14	Apakah Ella Fashion Shop mempunyai metode khusus selain <i>me-setting</i> studio, agar dapat menarik pengguna atau followers Instagram untuk mengunjungi profile akun Instagram @ellafashionshopp? samapai akhirnya mereka memutuskan untuk membeli produk yang ella fashion shop tawarkan?	Agar pengguna instagram tertarik untuk mengunjungi instagram dan membeli produk ella fashion shop, kami akan selalu aktif dan interaktif dalam memasarkan produk melalui instagram stories dan seperti yang sudah dijawab tadi, kami endorse melalui selebgram, lalu jika kami ingin mengeluarkan stock baru pasti kami akan membuat instagram stories dengan fitur QnA yang tersedia pada instagram stories atau pakai fitur polling supaya kita lebih dekat dengan para followers. Dengan metode seperti itu yang dapat menarik pengguna untuk mengunjungi, membeli produk, bahkan sampai memfollow akun instagram kami dan juga komunikasi pemasaran yang baik juga
15	Bagaimana proses komunikasi pemasaran yang diberikan kak?	Proses komunikasi pemasaran yang kami berikan biasanya sebelum memulai pemasaran melalui Instagram stories kami, untuk menemukan proses komunikasi pemasaran yang disukai masyarakat, biasaya kami memperhatikan komunikasi

		<p>pemasaran yang disukai, yang menarik di masyarakat itu yang gimana sih, kemudian kami akan amati tiru modifikasi supaya para <i>followers</i> yang melihat komunikasi pemasaran yang kami lakukan tidak membosankan atau <i>skip</i> Instagram stories kami yang berisikan informasi mengenai produk tersebut. Dari situ kami mencari ide-ide yang kreatif untuk proses komunikasi pemasaran yang lebih kreatif. Kemudian kita menyiapkan interior untuk mempercantik studio agar terlihat lebih menarik. Produk yang kami pasarkan selalu kami susun penataannya agar terlihat lebih rapih, itu membuat para <i>followers</i> tertarik untuk menonton story yang kita buat supaya gak di lewatin gitu aja dan membuat mereka akhirnya tertarik untuk membeli produk yang kami tawarkan melalui Instagram stories. Kami juga menyiapkan <i>script</i> untuk mengutamakan isi pesan yang memudahkan saat kami melakukan proses komunikasi pemasarannya. Yang terpenting juga kami menentukan waktu unggah dan kami juga memastikan pencahayaan sih ya paling penting, nah mangkannya kami juga menggunakan lighting tambahan dan melihat cuaca agar lebih maksimal dalam pengambilan foto atau video. karena kan kita gak mau ada misscomm dari visual juga jadi kami sangat memperhatikan segala aspek, kalau misalkan sedang hujan kan takut tidak jelas suaranya jadi kita kalau hujan menunda terlebih dahulu. Kemudian kami juga memastikan jaringan agar tidak terjadi hambatan. Setelah semua sudah siap kami baru memulai memasarkan produk kami melalui Instagram stories. Kami juga</p>
--	--	---

		<p>memanfaatkan fitur dan filter yang tersedia dalam Instagram stories untuk mempermudah proses komunikasi pemasaran kepada para <i>followers</i>. Kami juga sering mendapatkan balasan saat melakukan proses komunikasi pemasaran melalui fitur tanggapan cepat yang bales stories menggunakan emotikon, lalu kami selalu <i>repost</i> Instagram stories mereka yang sering memberi <i>tag</i> kepada kami agar menjadi sesuatu yang berkenan untuk pembeli tersebut serta para <i>followers</i> dan itu merupakan salah satu proses komunikasi pemasaran yang berpengaruh untuk menarik <i>followers</i> yang lain untuk membeli produk kami</p>
16	<p>Ada <i>script</i> khusus yang dibuat untuk proses komunikasi pemasaran tersebut gak kak?</p>	<p>Ada kak, karena <i>script</i> itu kan membuat informasinya lebih detail ya, kaya misalkan baju ini bahannya apa, ukurannya apa aja yang tersedia, ada warna apa aja, harganya berapa. Jadi setiap produk mempunyai <i>script</i> sendiri karena kan beda-beda. Terus kita juga punya ciri khas yang kata orang-orang itu kata-kata pembuka sebelum mulai promosi ella fashion shop, yang disetiap video kalo kamu memperhatikan pasti awal Instagram stories kita pasti “halo beb” “oke beb ini ready barang” emang gak begitu spesifik sih cuma para <i>followers</i> kami pasti akan tau ciri khasnya gitu.</p>
17	<p>Bagaimana pengaturan waktu pengunggahan untuk proses komunikasi pemasaran melalui instagram stories akun @ellafashionshopp?</p>	<p>jadwal untuk unggah kami sebelumnya memantau notifikasi banyak saat jam berapa. Untuk saat ini Ella fashion shop mengunggah dilakukan ketika ada barang yang masuk atau produk yang sudah <i>ready</i> langsung kami melakukan proses komunikasi pemasaran ketika itu semua sudah siap, kontennya akan kami unggah pada</p>

		esok harinya saat makan siang jam 12.00 atau sore jam 19.00. Beda halnya jika ada <i>tag-tag</i> yang masuk dalam instagram stories itu akan kita <i>repost</i> dengan waktu yang menyesuaikan aja sih.
18	Adanya filter pada fitur Instagram stories membantu proses komunikasi pemasarannya tersebut gak kak?	Membantu sih kak, tapi kami tidak menggunakan filter yang pencahayaan gitu, kan kalau itu bikin warna produk berubah ya. Kami lebih menggunakan filter yang ada backsoundnya saja tidak ada efek pada kamera tersebut jadi warna baju yang kami jual tetap sama paling beda sedikit faktor pencahayaan, mangkannya kami memperhatikan sekali cahaya agar warna tidak berubah jauh. Filter yang sering kami gunakan filter yang ada backsound gitu, karena filter itu sangat membantu kita biar gak perlu ngedit atau menyetel lagu kalau mau ada backsoundnya
19	Apa itu tidak terjadi miss comm kak, kaya takut suara backsound tersebut menutupi suara ka Juli saat melakukan proses komunikasi tersebut?	Kalau penggunaan filter backsound itu biasanya kita gak ada penjelasan produk kak, Cuma kaya video doang saat pakaian tersebut digunakan dengan model.
20	Ada berapa produk dalam satu hari untuk pasarkan dalam Instagram stories?	Kurang lebih kami memasarkan produk kurang dari sepuluh model baju sih, agar lebih terjadwal saja
21	Apakah kegunaan fitur yang tersedia dalam instagram stories seperti QnA atau vote dapat membantu proses komunikasi pemasaran?	Sangat membantu banget fitur <i>QnA</i> , karena itu merupakan salah satu cara komunikasi pemasaran yang meningkatkan interaksi, agar kami lebih dekat dengan para <i>followers</i> . Karena memudahkan kita untuk memproduksi model baju seperti apa yang para <i>followers</i> inginkan dan ditunggu-tunggu
22	Apa hambatan yang anda temukan dalam melakukan pemasaran melalui fitur instagram stories?	Hambatan pasti ada, kadang yang sering menjadi hambatan saat melakukan pemasaran dari jaringan internet, cuaca kadang juga menjadi hambatan karena kalau hujan pasti gak akan maksimal pesan yang akan di sampaikan sudah pasti di

		tunda, terus juga kadang plannignya hari ini harus mempromosikan produk tersebut tapi produk tersebut belum selesai diproduksi atau belum dikirim gitu paling sih. tapi yang lebih sering menghambat ya jaringan internet sih yaa. Maka dari itu kami tim pemasaran selalu berusaha untuk cek kekuatan internet supaya memberikan informasi yang terbaik agar tidak terjadi gangguan.
23	sebelum melakukan pemasaran melalui media sosial instagaram, apakah pernah melakukan pemasaran melalui media sosial facebook/twitter/flayer/billboard dan muncul pengulangan pesan kembali?	Tidak ada kak, pertama kali kami memasarkan produk melalui media sosial langsung menggunakan instagram saja. karena kami dulu pertama kali memasarkan produk hanya membuka offline store dan suka mengikuti bazar pada cfd gor bekasi
24	Perkembangan model pakaian yang ella fashion shop produksi apakah selalu mengikuti trand fashion?	Untuk meningkatkan penjualan sudah pasti kak kami mengikuti trand, tapi agak sedikit kami bedakan dari mulai model dan bahannya agar lebih menarik minat para pembeli
25	Yang membedakan ella fashion shop dengan produk lainnya	Kami selalu mendesain produk sendiri yang disukai dan menarik khususnya dikalangan anak muda, hargapun kami sesuaikan dnegan budget anak muda dan kami juga berusaha untuk memasarkan produk kami dengan detail dan asli melalui instagram stories agar para pembeli dapat mempercayai produk kami
26	Kondisi pandemi seperti ini apakah omset penjualan menurun atau malah meningkat?	Pada saat awal pandemi, diberlakukannya psbb pembelian melalui online dan offline store lumayan menurun, tapi setelah beberapa minggu kemudian penjualan online kembali naik walaupun tidak seperti sebelum pandemi yaa
27	Apakah ada feedback yang didapatkan setelah mengupload Instagram stories?	Ada kak, feedback yang didapatkan bermacam-macam, mulai dari like pada unggahan pada feeds, pujian produk yang kami tawarkan,

		menanyakan barang kapan ready di shopee atau barang sudah ready atau belum di toko, menanyakan harga walaupun sudah jelas pada story yang kami upload sudah di sebutkan harganya, beragam kak responnya
28	Dengan proses komunikasi pemasaran yang sudah diterapkan, apakah berpengaruh terhadap penjualan Ella Fashion Shop?	Berpengaruh banget Alhamdulillah, karena sebelum ada Instagram story kami hanya memposting foto pada feeds dan caption yang menjelaskan tentang produk tersebut, itu kurang menarik banget sih. Setelah adanya fitur Instagram stories banyak fitur lainnya juga pada Instagram, kami memutar cara promosi agar menarik para followers yang melihat Instagram stories kita langsung tertarik untuk membelinya. Akhirnya kami memutuskan untuk membuat komunikasi pemasaran yang baik dan itu semua memerlukan proses agar komunikasi pemasaran melalui Instagram stories diperhatikan secara detail. Pesan yang disampaikan juga secara singkat tetapi jelas tujuannya, itu berpengaruh banget sih dalam penjualan

### Hasil wawancara *followers* 1

Nama Lengkap : Ratih Purwati

Usia : 25 tahun

Nama ig : ratihp21

No	Pertanyaan	Jawaban
	Sudah menggunakan instagram sejak tahun berapa?	Udah lama banget dari tahun 2015
	Sejak kapan mengikuti akun instagram @ellafashionshopp?	Kalau tidak salah dari tahun 2017
	Motivasi awal mengikuti akun instagram @ellafashionshopp	Awal mengikuti akun @ellafashionshopp karena teman aku bilang baju yang dijual bagus dan murah akhirnya aku mulai mengikuti akun instagramnya



	Kenapa memutuskan untuk tetap dan bertahan memfollow instagram @ellafashionshopp?	Karena agar tau <i>fashion</i> yang terbaru dan barang baru ella sih kak
	Apakah informasi penjualan melalui instagram stories tersebut menarik ka Ratih untuk mengunjungi profil instagram @ellafashionshopp?	Iya benar, menarik karena produk yang mereka jual bagus informasinya jelas jadi penasaran
	Jika ada produk terbaru yang di upload pada instagram stories @ellafashionshopp apakah ka Ratih langsung tertarik untuk membelinya?	Kadang-kadang kak, karena informasi yang di berikan suka menarik kita biar beli
	Jika ka Ratih tertarik untuk membeli produk tersebut setelah melihat instagram stories, apakah ka ratih langsung menghubungi contact person yang tertera pada bio instagram @ellafashionshopp?	Iya kak, aku langsung menanyakan tapi aku pernah langsung datang ke toko ella fashion shop setelah liat produknya di review di instagram stories
	Apakah ka Ratih sering memberikan testimoni melalui instagram stories dan menandai akun instagram @ellafashionshopp?	Pernah kak cuma gak setiap aku beli produknya aku kasih testimoni
	Karena ka Ratih sudah mengikuti akun instagram @ellafashionshopp sejak 2017, apakah ka Ratih sadar ada perubahan dari proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh akun @ellafashionshopp?	Yang aku rasain bedanya itu, pemasaran yang di lakukan selalu di instagram stories, memberikan detail bajunya gitu. Kalo pertama kan mereka Cuma upload feeds gak nunjukin detail produknya Cuma tulisan aja di caption kurang memuaskan si kalo di tulisan doang
	Apakah ka Ratih pernah memberikan informasi tentang akun instagram @ellafashionshopp ke orang-orang terdekat dan sampai akhirnya mereka memfollow akun instagram @ellafashionshopp?	Pernah kak, ke sodara ku sih dia kena racun belanja di ella dari aku dan akhirnya dia follow instagram nya
	Apakah setiap akun @ellafashionshopp memasarkan produknya, ka Ratih melihat dan mendengarkan secara detail penjelasan produk tersebut?	Iya kak, aku pasti mendengarkan dan melihat instagram storiesnya dengan detail tanpa aku <i>skip</i> .
	Mengapa ka Ratih mendengarkan secara detail komunikasi pemasaran yang diberikan akun @ellafashionshopp?	Karena informasi yang disampaikan pada story gak ngebosenin bikin betah denger penjelasan produknya

	Kamu pernah tidak memberi balasan pada instagram stories yang di berikan akun @ellafashionshopp?	Kadang-kadang sih kak kalo aku mau beli produknya aja paling aku bales story nya, kan aku kerja nih kak jadi jarang liat story tepat waktu aku kadang nanya stocknya masih ada apa udah abis
	Jika akun @ellafashionshopp membuat polling atau QnA pada instagram stories apakah ka Ratih ikut memberikan interaksi?	Ikutan kak, Cuma kalo QnA jarang karena bingung mau nanya apa
	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan akun @ellafashionshopp melalui instagram stories informasi nya sudah cukup lengkap?	Sudah kak. Menurutku detail banget adminnya kalau memberikan info lewat instagram stories
	Apakah ada saran serta pendapat dari proses komunikasi pemasaran yang diberikan melalui instagram stories akun @ellafashionshopp?	Aku udah suka sih kak sama komunikasi pemasaran yang sekarang, jadi semoga akan terus begitu ngejelasin produknya dan kalau bisa jangan pakai filter biar warna produknya gak berubah

### Hasil wawancara *followers 2*

Nama Lengkap : Fifi Yunda Nadira

Usia : 23 tahun

Nama ig : ifi.yz

No	Pertanyaan	Jawaban
	Sudah menggunakan instagram sejak tahun berapa?	Sejak tahun 2015 kak
	Sejak kapan mengikuti akun instagram @ellafashionshopp?	Dari tahun 2019
	Motivasi awal mengikuti akun instagram @ellafashionshopp	Awalnya tuh tau ada toko baju ella fashion shop karena setiap kerumah temen aku lewat situ kak, terus akhirnya penasaran yaudah aku follow instagramnya. Ternyata harganya terjangkau modelnya juga bagus-bagus
	Kenapa memutuskan untuk tetap atau bertahan memfollow instagram @ellafashionshopp?	Karena makin kesini tuh modelnya bagus-bagus dan gemes banget, gak ketinggalan jaman juga. Udah gitu model pakaian dan celana nya juga bisa buat yang hijab dan non hijab.

	Apakah informasi penjualan melalui instagram stories tersebut menarik ka Fifi untuk mengunjungi profil instagram @ellafashionshopp?	Menarik banget kak. Sampai kalau aku mau belanja gak mikir dua kali. Pokok nya the best banget
	Jika ada produk terbaru yang di upload pada instagram stories @ellafashionshopp apakah ka Fifi langsung tertarik untuk membelinya?	Tergantung kak, pakaiannya di aku cocok atau engga. Soalnya tergantung badan juga, tapi setiap produk yang dikeluarkan oleh @ellafashionshopp pasti bagus-bagus
	Jika ka Fifi tertarik untuk membeli produk tersebut setelah melihat instagram stories, apakah ka Fifi langsung menghubungi contact person yang tertera pada bio instagram @ellafashionshopp?	Pasti kak, aku langsung hubungi adminnya dan langsung ke store. Udah gitu adminnya gak sombong ramah banget.
	Apakah ka Fifi sering memberikan testimoni melalui instagram stories dan menandai akun instagram @ellafashionshopp	Kalau testimoni sih belum pernah kak, tapi kalo abis belanja ke store pasti langsung aku bikin stories dan tag akun @ellafashionshopp
	Karena ka Fifi sudah mengikuti akun instagram @ellafashionshopp sejak 2018, apakah ka Fifi sadar ada perubahan dari proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh akun @ellafashionshopp?	Aku ngerasain sih kak, yang membedakannya tuh dulu cuma di feeds dan gak ada detail produknya banget nah kalo sekarang yang membedakan dia menjelaskannya secara detail di instagram stories bener-bener produknya. dizoom banget detail kancing leher bahan itu bener-bener bikin pembeli percaya kalo produknya bagus
	Apakah ka Fifi pernah memberikan informasi tentang akun instagram @ellafashionshopp ke orang-orang terdekat dan sampai akhirnya mereka memfollow akun instagram @ellafashionshopp?	Pernah kak, ke temen-temen dan ke saudara aku
	Apakah setiap akun @ellafashionshopp memasarkan produknya, ka Fifi melihat dan mendengarkan secara detail penjelasan produk tersebut?	Iya kak aku liat dan pasti suaranya langsung aku maksimalin. Suka aja gitu denger adminnya ngelakuin komunikasi pemasaran dengan menunjukkan detail produk di instagram stories itu
	Menurut ka Fifi apakah gaya interior studio atau tata letak produk yang ella fashion shop gunakan berpengaruh untuk	Berpengaruh kak, menurut aku ya dengan tata letak dan kerapihan studio yang mereka gunain pas memasarkan produknya itu poin

	menarik perhatian untuk dilihat tanpa <i>diskip</i> ?	tambahannya, kan lebih estetik jadinya menarik yang menonton instagram storiesnya, aku juga suka nonton secara detail karena salah satu faktornya ya kerapuhan tata letak studionya kak
	Mengapa ka Fifi mendengarkan secara detail komunikasi pemasaran yang diberikan akun @ellafashionshopp	Karena dia punya ciri khas kak, kalau di depan pasti ada ucapan “oke beb’ , “ini beb tersedia” pasti pake beb gitu kaya lucu aja menarik untuk di dengar
	Kamu pernah tidak memberi balasan pada instagram stories yang di berikan akun @ellafashionshopp?	Sering kak, aku bales karna aku suka produknya aku puji gitu kadang aku bales pake emoticon gitu
	Jika akun @ellafashionshopp membuat polling atau QnA pada instagram stories apakah ka Fifi ikut memberikan interaksi?	Kalo ada polling atau qna aku suka ikutan kasih interaksi pasti
	Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan akun @ellafashionshopp melalui instagram stories informasinya sudah cukup lengkap?	sudah cukup jelas menurutku, karena setiap <i>review</i> produk pasti informasinya benar-bener detail dari mulai bahan, warna, harga dan stock yang tersedia suka di informasikan dan cukup menarik sih menurut ku untuk dilihat, bahkan pemasarannya kadang suka dilakukan langsung oleh <i>ownernya</i> sendiri melalui instagram stories itu
	Apakah ada saran serta pendapat dari proses komunikasi pemasaran yang diberikan melalui instagram stories akun @ellafashionshopp?	Gak ada sih kak, soalnya menurut aku informasinya benar-bener cukup dan memuaskan. Semoga aja setiap ada barang baru tetep di review dengan detail terus

### Hasil wawancara *followers* 3

Nama Lengkap : Dyni Anggraeni

Usia : 20 tahun

Nama ig : Dyniisr21

No	Pertanyaan	Jawaban
	Sudah menggunakan instagram sejak tahun berapa?	Sekitar tahun 2015 an

	Sejak kapan mengikuti akun instagram @ellafashionshopp?	Kayanya akhir tahun 2019 deh
	Motivasi awal mengikuti akun instagram @ellafashionshopp	Awalnya aku liat Rachel Venny di endorse sama @ellafashionshopp karena aku penasaran sama barangnya maka dari itu aku follow karna aku liat dari produk yang di gunakan Rachel sepertinya bagus bagus
	Kenapa memutuskan untuk memfollow instagram @ellafashionshopp?	Karena akum au tau model-model terbarunya dari @ellafashionshopp
	Apakah informasi penjualan melalui instagram stories tersebut menarik ka Dyni untuk mengunjungi profil instagram @ellafashionshopp?	Menarik kak. Karena kan awalnya aku follow karena liat Rachel nah tiba-tiba ada instagram story @ellafashionshopp karena informasinya tersebut menarik jadi buka instagram @ellafashionshopp aku
	Jika ada produk terbaru yang di upload pada instagram stories @ellafashionshopp apakah ka Dyni langsung tertarik untuk membelinya?	Tergantung keuangan aku sih kak, tapi emang pemasaran yang dilakukan emang menarik jadi setiap mereka promosi kaya mau beli aja bawaannya
	Jika ka Dyni tertarik untuk membeli produk tersebut setelah melihat instagram stories, apakah ka Dyni langsung menghubungi contact person yang tertera pada bio instagram @ellafashionshopp?	Sudah pasti kak, karena kan aku jauh di Cianjur jadi gak bisa langsung ke toko jadi langsung kontak adminnya
	Apakah ka Dyni sering memberikan testimoni melalui instagram stories dan menandai akun instagram @ellafashionshop	Kadang-kadang kak
	Apakah ka Dyni pernah memberikan informasi tentang akun instagram @ellafashionshopp ke orang-orang terdekat dan sampai akhirnya mereka memfollow akun instagram @ellafashionshopp?	Pernah kak ke teman-teman
	Apakah setiap akun @ellafashionshopp memasarkan produknya melalui instagram stories, ka Dyni melihat dan mendengarkan secara detail penjelasan produk tersebut?	Aku setiap liat instagram story pasti lagi ada waktu luang ka dan sudah pasti aku melihat secara detail biar tau produk tersebut bahannya apa, tersedia warna dan ukuran apa aja gitu sih paling

	<p>Mengapa ka Dyni mendengarkan secara detail komunikasi pemasaran yang diberikan akun @ellafashionshopp</p>	<p>Karena biar lebih tau informasi produknya detail gitu kak</p>
	<p>Kamu pernah tidak memberi balasan pada instagram stories yang di berikan akun @ellafashionshopp?</p>	<p>Beberapa kali aku balas kak, kadang aku kasih tanggapan cepat emot mata love gitu</p>
	<p>Jika akun @ellafashionshopp membuat polling atau QnA pada instagram stories apakah ka Dyni ikut memberikan interaksi?</p>	<p>Aku sering kak ikut poling dan ngasih pertanyaan di QnA biasanya aku nanya produk baru kapan di keluarkan paling</p>
	<p>Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan akun @ellafashionshopp melalui instagram stories informasinya sudah cukup lengkap?</p>	<p>Sudah cukup lengkap karna produk yang mereka jual bener-bener di jelasin detailnya kaya dari bahan, warna, ukuran, harga sampe stock bajunya ada berapa, lengkap sih menurut aku kak</p>
	<p>Apakah ada saran serta pendapat dari proses komunikasi pemasaran yang diberikan melalui instagram stories akun @ellafashionshopp?</p>	<p>Mungkin untuk komunikasi pemasaran melalui instagram story sudah cukup bagus ya kak, Cuma aku mau ngasih saran biar admin pemesanan lebih banyak supaya fast respon gitu bales chat pelanggannya.</p>



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Kampus I : Jl. Darmawangsa I/1 Kebayoran Baru Jakarta Selatan 12140

Telepon : 021. 7231948-7267655 Fax: 7230754

Kampus II : Jl Perjuangan Raya - Bekasi Utara Telp : 021. 88955882

**KARTU BIMBINGAN**

Nama Mahasiswa : Risma Budi Octavianti  
NPM : 201810415147  
Judul Skripsi : Proses Komunikasi Pemasaran melalui media sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Instagram Stores Puda a'fon @ellapashionhope)  
Pembimbing : Rr. Dinar Soelictyowati, S. Sos., M. M., M. I Kom

No	Hari/Tanggal	Saran Pembimbing	TTD
	Senin, 24 Februari 2020	Revisi kata-kata belatung penelitian pada Bab 1	
	Senin, 9 Maret 2020	Menambahkan dan membahas teori dan konsep penelitian	
	Rabu, 13 Mei 2020	Revisi konsep untuk penelitian	
	Kamis, 23 Juli 2020	Revisi teknik Analisis data dan time table penulisan skripsi	
	Rabu, 23 September 2020	Acc Proposal Skripsi	

Jakarta, 2019  
Pembimbing I / II

( )



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Kampus I : Jl. Darmawangsa I/1 Kebayoran Baru Jakarta Selatan 12140  
Telepon : 021. 7231948-7267655 Fax: 7230754  
Kampus II : Jl Perjuangan Raya - Bekasi Utara Telp : 021. 88955882

**KARTU BIMBINGAN**

Nama Mahasiswa : Risma Budi Octavianti  
NPM : 201610415147  
Judul Skripsi : Proses Komunikasi pemasaran melalui media sosial  
studi Deskriptif kualitatif Instagram stories pada akun @ellafashionshop)  
Pembimbing : Rr. Dinar Soelistiyowati, S. Sos., M. M., M. I. Kom

No	Hari/Tanggal	Saran Pembimbing	TTD
	Sabtu, 05 Juni 21	Menambahkan Model komunikasi Shannon and weaver	T2
	Selasa, 08 Juni 21	Revisi Kerangka Pemikiran	T2
	Kami, 10 Juni 21	Menambahkan <sup>Karakteristik</sup> Informasi Key Informan dan Informan	T2
		Revisi Pembahasan	T2
	Jumat, 11 Juni 21	Acc sedang skripsi	T2

Jakarta, 2019  
Pembimbing I/H

T2  
( Rr Dinar S )





**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Kampus I : Jl. Darmawangsa I/1 Kebayoran Baru Jakarta Selatan 12140

Telepon : 021. 7231948-7267655 Fax: 7230754

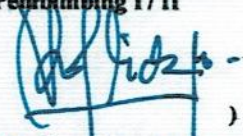
Kampus II : Jl Perjuangan Raya - Bekasi Utara Telp : 021. 88955882

**KARTU BIMBINGAN**

Nama Mahasiswa : Risma Budi Octavianti  
NPM : 201610415147  
Judul Skripsi : Proses Komunikasi pemasaran melalui media sosial  
(studi deskriptif kualitatif Instagram Stories @ellafashionshop)  
Pembimbing : Tri Alida Apriliana, S.I.P., M.I.Kom

No	Hari/Tanggal	Saran Pembimbing	TTD
	Selasa, 25 Februari 2020	Revisi Bab I	Alia
	Senin, 9 Maret 2020	Revisi Bab I (kurang sumbernya)	Alia
	Rabu, 11 Maret 2020	membahas teori dan menambahkan lit. belakang	Alia
	Rabu, 13 Mei 2020	Revisi BAB II	Alia
	Kamis, 30 Juli 2020	menambahkan metode penelitian	Alia
	Jumat, 25 September 2020	Acc Proposal Skripsi	Alia

Jakarta, 2019  
Pembimbing I / II

()  
TRI ALIDA APRILIANA



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Kampus I : Jl. Darmawangsa I/1 Kebayoran Baru Jakarta Selatan 12140

Telepon : 021. 7231948-7267655 Fax: 7230754

Kampus II : Jl Perjuangan Raya - Bekasi Utara Telp : 021. 88955882

**KARTU BIMBINGAN**

Nama Mahasiswa : Risma Budi Octavianti  
NPM : 201610415147  
Judul Skripsi : Proses Komunikasi Pemasaran melalui media sosial  
(Studi Deskriptif Kualitatif Instagram Stories Pada Akun @ellafashionshop)  
Pembimbing : Tri Alida Apriliana, S.IP., M.I. Kom

No	Hari/Tanggal	Saran Pembimbing	TTD
	Jumat, 23 April 2021	Revisi sub BAB Pembahasan dan memperdalam informasi	
	Selasa, 8 Juni 2021	Breakdown Analisis 16 stories sebagai dasar untuk pembahasan Bab IV	
	Senin, 14 Juni 2021	Acc. sidang Skripsi	

Jakarta, Juni 2021  
Pembimbing I/II

(  
Tri Alida Apriliana, S.IP., M.I. Kom



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Kampus I : Jl. Harsono RM No.67, Ragunan, Pasar Minggu,  
Jakarta Selatan, 12550

Telepon : (021) 27808121 , 27808882

Kampus II : Jl Perjuangan Raya, Marga Mulia - Bekasi Utara

Telepon : (021) 88955882 Fax : (021) 88955871

Website : [Http://www.ubharajaya.ac.id](http://www.ubharajaya.ac.id) Email : [fikom@ubharajaya.ac.id](mailto:fikom@ubharajaya.ac.id)

**FORM PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Risma Budi Octavianti  
NPM : 201610415147  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Sidang Skripsi : 01 Juli 2021  
Judul Skripsi : Proses Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online  
(Studi Deskriptif Kualitatif Instagram Stories Pada Akun @ellafashionshopp)

No.	Nama Penguji	Saran	Keterangan	TTD
1.	Ketua Tim Penguji: Dra. Sari Endah Nursyamsi M.M	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Dalam kata pengantar terdapat typo dan ditambahkan terimakasih kepada kedua orang tua</li><li>2. Fokuskan Pada Proses Komunikasi Pemasaran</li><li>3. Hapus Perilaku dan Tindakan Konsumen pada Bab II</li><li>4. Identifikasi masalah dan rumusan masalah diganti dengan pertanyaan penelitian dan fokus penelitian. Karena jika penelitian kualitatif bukan identifikasi masalah dan rumusan masalah.</li><li>5. Perbaiki Kerangka Pemikiran</li><li>6. Informan ditambahkan satu informan lagi</li><li>7. Dalam penelitian kualitatif menggunakan teknik purposive atau purposive sampling diperjelas kembali</li><li>8. Daftar pustaka harus terbaru</li></ol>	Sudah Direvisi	



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Kampus I : Jl. Harsono RM No.67, Ragunan, Pasar Minggu,  
Jakarta Selatan, 12550

Telepon : (021) 27808121 , 27808882

Kampus II : Jl Perjuangan Raya, Marga Mulia - Bekasi Utara

Telepon : (021) 88955882 Fax : (021) 88955871

Website : [Http://www.ubharajaya.ac.id](http://www.ubharajaya.ac.id) Email : [fikom@ubharajaya.ac.id](mailto:fikom@ubharajaya.ac.id)

2.	Penguji I: Rr. Dinar Soelistiyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom	1. Perjelas fokus penelitian proses komunikasi pemasaran melalui media sosial menggunakan model komunikasi Shannon and Weaver	Sudah Direvisi	
3.	Penguji II: Dr. Wichitra Yasya, S.Si, MCommun	1. Perjelas tujuannya dan fokus penelitiannya 2. Sumber informasi lebih dijelaskan lagi 3. Pada abstrak dan kesimpulan hapus konsep IMC 4. Source pada pembahasan di perdalam kembali 5. Pada kesimpulan tambahkan source tidak langsung ke pesan	Sudah Direvisi	

Jakarta, 14 Juli 2021  
Mengetahui,  
Ketua Program Studi

**Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 1904409