

**SELEBGRAM *VISIT* : TAKTIK DAN STRATEGI  
KOMUNIKASI THR SHOP DALAM MEMPROMOSIKAN  
PRODUKNYA**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Putri Nurkhaliza**

**201910415215**



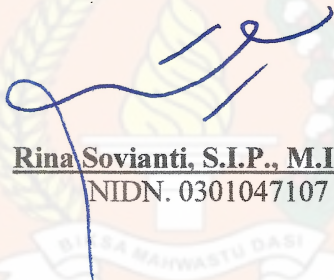
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Selebgram *Visit* : Taktik Dan Strategi Komunikasi  
THR Shop Dalam Mempromosikan Produknya  
Nama Mahasiswa : Putri Nurkhaliza  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415215  
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi  
Tanggal Sidang Skripsi : 02 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENYETUJUI,  
Pembimbing



**Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom**  
NIDN. 0301047107

JAKARTA RAYA

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Selebgram *Visit* : Taktik Dan Strategi  
Komunikasi THR Shop Dalam  
Mempromosikan Produknya  
Nama Mahasiswa : Putri Nurkhaliza  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415215  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Tanggal Sidang Skripsi : 02 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

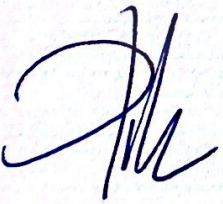
MENGESAHKAN,

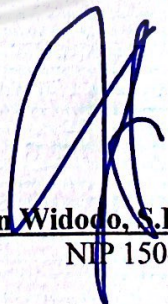
Ketua Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si .....  
NIDN 0309059203  
Penguji : Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom .....  
NIDN 0329068301  
Sekretaris Penguji : Moh Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si .....  
NIDN 0330089401

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

  
Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.  
NIP 2109527

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



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

Selebgram Visit : Taktik Dan Strategi Komunikasi THR Shop dalam Mempromosikan Produknya

Ini adalah benar benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta 09 Februari 2023  
Yang membuat pernyataan



Putri Nurkhaliza  
2019010415215



## ABSTRAK

**Putri Nurkhaliza 201910415215**, Selebgram Visit : Taktik Dan Strategi Komunikasi THR Shop Dalam Mempromosikan Produknya.

Promosi *Online* merupakan kegiatan promosi yang dilakukan untuk mengenalkan dan menginformasikan produk kepada konsumen melalui internet yang dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan sebagainya. Endorsement selebgram (selebritis Instagram) adalah alat pendukung yang digunakan untuk mempromosikan produk, selebgram ialah *influencer* yang lebih dikenal di Instagram yang memiliki banyak pengikut (*follower*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi *online* dan *endorsement* selebgram terhadap minat beli konsumen menggunakan strategi selebgram *visit store* pada THR Shop . Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Kerangka konseptual ini dapat membantu para pembisnis jika ingin membuat bagaimana strategi promosi secara *online* dengan menggunakan selebgram dalam memasarkan produknya. Penelitian ini memberikan informasi bagi para pembisnis untuk memasarkan produknya dengan jasa selebgram *visit store*, karena dengan *visit store* dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen yang akan meningkatkan penjualan produknya secara toko *online* dan *offline*. Hal ini akan memberikan dua keuntungan yaitu bagi para endorser dan bagi perusahaan. Dari penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan untuk promosi *online* dan *endorsement* selebgram terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: minat beli konsumen, promosi *online*, *endorsement* selebgram

## **ABSTRACT**

**Putri Nurkhaliza 201910415215,** *Selebgram Visit: THR Shop Communication Tactics and Strategies in Promoting Their Products.*

*Online Promotion is a promotional activity carried out to introduce and inform consumers about products via the internet through social media such as Instagram, Facebook, Twitter and so on. Celebgram endorsement (Instagram celebrity) is a supporting tool used to promote products, celebrity is a better known influencer on Instagram who has many followers (followers). The purpose of this study was to determine the effect of online promotions and celebrity endorsements on consumer buying interest using the program visit store strategy at the THR Shop. This research method uses descriptive qualitative research methods. This conceptual framework can help business people if they want to create an online promotion strategy by using a program to market their products. This research provides information for business people to market their products with store visit program services, because visiting stores can affect consumer buying interest which will increase product sales in online and offline stores. This will provide two benefits, namely for the endorser and for the company. From this study there is a positive and significant influence for online promotions and celebrity endorsements on consumer buying interest.*

*Keywords: consumer buying interest, online promotion, celebrity endorsement*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Peneliti panjatkan atas rahmat dan nikmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Selebgram Visit : Taktik & Strategi Komunikasi THR Shop Dalam Mempromosikan Produknya”**.

Peneliti berterima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan peneliti Kesehatan jasmani dan juga rohani sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dalam memulai menyusun skripsi peneliti mengucapkan terimakasih terutama kepada kedua orang tua tercinta yang selalu mendukung moril dan materil, serta selalu memberi doa untuk peneliti selama ini. Selain itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Skripsi Saya.
5. Segenap para Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang sekiranya telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
6. Tihara selaku pemimpin dari THR Shop yang telah membantu dalam memberikan keterangan mengenai pembahasan Skripsi.
7. Untuk Eldi Fadhilazzah Daffa yang menemani selama penyusunan skripsi ini.
8. Teman – Teman Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2019, Rista, Bunga, Amel dan juga Intan.



Peneliti berharap skripsi ini dapat berguna bagi siapapun, namun dibalik itu semua pastinya masih dapat beberapa kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu kritik dan saran dari berbagai pihak dibutuhkan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan jauh lebih baik lagi.

Jakarta, 09 Februari 2023  
Peneliti



Putri Nurkhaliza  
201910415215





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Teoretis .....	5
1.5.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	9
2.3 Promosi <i>Online</i> .....	10
2.4 <i>Endorsemen</i> Selebgram .....	12

2.5	Media Sosial Instagram .....	12
2.6	Minat Beli Konsumen.....	14
2.7	Kerangka Pemikiran.....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>18</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	18
3.2	Pendekatan Penelitian .....	19
3.3	Metode Penelitian.....	19
3.4	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3.5	Subjek Penelitian .....	20
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6.1	Wawancara.....	21
3.6.2	Observasi.....	21
3.6.3	Dokumentasi .....	22
3.7	Teknik Analisis Data.....	22
3.8	Unit Analisis Data .....	23
3.9	Keabsahan Data .....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>25</b>
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	25
4.1.1	Profil THR Shop .....	25
4.1.2	Profil Informan .....	26
4.1.3	Hasil Penelitian .....	27
4.1.3.1	Produk ( <i>Product</i> ).....	28
4.1.3.2	Harga ( <i>Price</i> ).....	29
4.1.3.3	Tempat ( <i>Place</i> ).....	30
4.1.3.4	Promosi ( <i>promotion</i> ) .....	31
4.1.3.5	Dampak Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen .....	33



Di THR Shop dengan Selebgram <i>Visit Store</i> .....	33
4.1.3.6 Hambatan THR Shop .....	35
4.2 Pembahasan.....	37
4.2.1 Strategi Pemasaran THR Shop Dalam Minat Beli Konsumen.....	41
4.2.1.1 Strategi Pemasaran <i>Celebrity Endorsement</i> pada THR Shop .....	41
4.2.1.2 Selebgram <i>Visit Store</i> THR Shop Menarik Konsumen.....	43
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan .....	50
5.2 Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram THR Shop.....	3
Gambar 1.2 <i>Highlights</i> Instagram THR Shop Selebgram <i>Visit Store</i> .....	4
Gambar 4.1 Logo THR Shop .....	20
Gambar 4.2 Instagram <i>stories</i> THR Shop.....	39
Gambar 4.3 THR Shop Cabang Galaxy.....	40
Gambar 4.4 Selebgram Manscrow .....	45
Gambar 4.5 Selebgram Natasya Aca .....	45
Gambar 4.6 Selebgram Nanda Arsyinta.....	46
Gambar 4.7 Selebgram Keanu Agl .....	46
Gambar 4.8 Selebgram Hanum Mega.....	47





## DAFTAR BAGAN

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16
-----------------------------------	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 3.1 Tabel Informan.....	21





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Surat Pertanyaan Penelitian
- Lampiran 3 : Pernyataan Penelitian
- Lampiran 4 : Kondensasi Data & Transkrip Wawancara
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 : Form Perbaikan Skripsi

