

**KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI
MEDIA SOSIAL FACEBOOK
(Studi pada Toko Ova Elektronik Tarumajaya Bekasi)**

SKRIPSI

**Oleh:
Seno Wisnu Setiawan
201810415238**



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Facebook (Studi pada Toko Ova Elektronik Tarumajaya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Seno Wisnu Setiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415238

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 31 Januari 2023



Saeful Mujab, S. Sos., M.I.Kom

NIDN. 0303108001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Facebook (Studi pada Toko Ova Elektronik Tarumajaya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Seno Wisnu Setiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415238

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 31 Januari 2023

Jakarta, 9 Februari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si.....
NIDN. 0313088106

Penguji : Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom.....
NIDN. 0303108001

Sekretaris Penguji : Tri Alida Apriliana, S.IP., M.I.Kom.....
NIDN. 0322048204

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos M.Si

NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Komunikasi Pemasaran Digital melalui Media Sosial Facebook (Studi pada Toko Ova Elektronik)” 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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian 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 dijual dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 9 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Seno Wisnu Setiawan

201810415238

ABSTRAK

Seno Wisnu Setiawan, 201810415238. Komunikasi Pemasaran Digital melalui Media Sosial Facebook (Studi pada Toko Ova Elektronik).

Penelitian ini dilatarbelakangi ketatnya persaingan usaha dibidang teknologi sekarang ini tidak dapat dipungkiri. Dengan adanya perkembangan zaman yang semakin maju tersebut juga menciptakan kemajuan terhadap pengenalan dan pemasaran suatu produk yang sekarang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Teknologi yang semakin modern juga mendukung pemasaran produk menggunakan kecanggihan gadget yang berbasis internet dan beberapa aplikasi media sosial yang semakin masif digunakan masyarakat membantu komunikasi yang dilakukan secara jarak jauh. Kehadiran media sosial seperti Facebook saat ini bukan hanya dapat digunakan sebagai media pertemanan dan berbagi gambar. Tetapi juga memiliki fungsi sebagai media untuk memasarkan produk para pelaku usaha. Ova Elektronik menjadi salah satu pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial Facebook sebagai media komunikasi pemasaran mereka. Permasalahannya bagaimana Facebook dapat menjadi media komunikasi pemasaran yang efektif bagi Ova elektronik. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Ova Elektronik dalam membangun komunikasi pemasaran digital yang mereka lakukan melalui media sosial Facebook. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, hasil penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan *cred* informan yang merupakan pengelola usaha dan pengelola akun kemudian informan yang merupakan pengikut Facebook Ova Elektronik. Hasil penemuan didapatkan bahwa Ova Elektronik menerapkan 5 (Lima) dimensi yang ada pada konsep *Social Media Marketing*, yaitu *online oommunities*, *interaction*, *sharing of content*, *accessibility*, dan *credibility* dalam membangun komunikasi pemasaran digital yang mereka lakukan di media sosial Facebook.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Digital, *Social Media Marketing*, Facebook

ABSTRACT

Seno Wisnu Setiawan, 201810415238. Digital Marketing Communication through Social Media Facebook (Study at Ova Elektronik Store).

This research is motivated by the intense business competition in the field of technology today, which cannot be denied. With the development of an increasingly advanced era, it also creates progress towards the introduction and marketing of a product that can now be done anywhere and anytime. Increasingly modern technology also supports product marketing using the sophistication of internet-based gadgets and several social media applications that are increasingly being used by the public to help communicate remotely. The presence of social media like Facebook today can not only be used as a medium of friendship and sharing pictures. But it also has a function as a medium to market the products of business actors. Ova Elektronik is one of the business actors that utilizes social media Facebook as their marketing communication medium. The problem is how Facebook can become an effective marketing communication medium for electronic Ova. The purpose of this research is to find out how Ova Elektronik builds digital marketing communications that they do through social media Facebook. This study uses qualitative research methods, the results of this study were obtained through observation and interviews with key informants who are business managers and account managers then informants who are Facebook Ova Elektronik followers. The findings show that Ova Elektronik applies 5 (five) dimensions in the Social Media Marketing concept, namely online opportunities, interaction, sharing of content, accessibility, and credibility in building digital marketing communications that they do on social media Facebook.

Keywords: Digital Marketing Communication, Social Media Marketing, Facebook

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT penulis panjatkan atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulils mampu membuat skripsi ini dengan tepat waktu. Sehingga penyusunan skripsi ini terbentuk yang berjudul “Komunikasi Pemasaran Digital melalui Media Sosial Facebook (Studi pada Toko Ova Elektronik Tarumajaya Bekasi)”. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

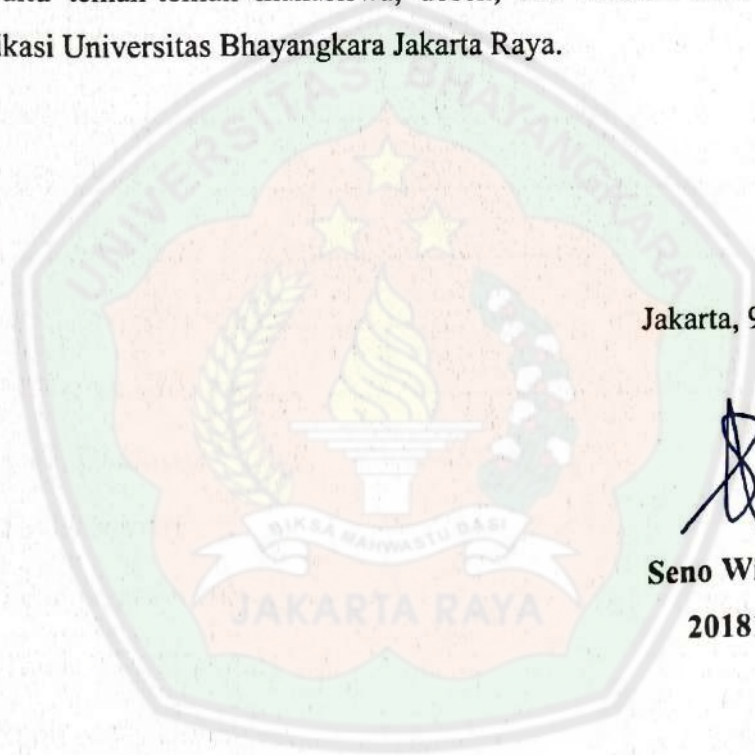
Dalam proses penyusunan skripsi ini, tentu saja tidak akan selesai tanpa adanya dukungan, doa, serta bantuan moril maupun materil dari kedua orang tua penulis yakni Bapak Sohibi Budiyanto dan Ibu Syarifah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Kemudian untuk beberapa pihak yang terlibat dalam proses tersusunnya skripsi ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya 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 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Saeful Mujab S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan memberi dukungan kepada penulis dalam menyusun skripsi.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu peneliti membuat skripsi ini.
6. Suci Aulia Rahmat, S.Pd selaku pasangan penulis yang selalu memberi dukungan, kasih sayang, dan juga memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
7. Andi Triyasetiawan, S.I.Kom., Maajid ZainulArifin, Naufal Nazhif Kurniawan, dan Rahulloh Firmansyah selaku teman seperjuangan yang

selalu memotivasi, menghibur, membantu dan memberi dukungan dalam pembuatan skripsi.

8. Rekan-rekan seperjuangan penulis angkatan angkatan 2018 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan motivasi untuk penulis menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari jika tanpa bantuan dari berbagai pihak, pembuatan skripsi ini tidak akan berlangsung secara optimal. Maka dari itu penulis sadar jika skripsi ini terdapat kekurangan. Penulis berharap kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yaitu teman-teman mahasiswa, dosen, dan seluruh staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.



Jakarta, 9 Februari 2023

Seno Wisnu Setiawan

201810415238

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Praktis	7
1.5.2 Manfaat Akademis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Konsep	11
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital	12

2.2.3 Media Sosial	12
2.2.4 Facebook	13
2.3 Kerangka Teori	15
2.3.1 <i>Social Media Marketing</i>	15
2.4 Kerangka Pemikiran	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Paradigma Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	20
3.3 Metode Penelitian	21
3.4 <i>Key Informan & Informan</i>	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data	22
3.6 Teknik Analisis Data	23
3.7 Teknik Keabsahan Data	24
3.8 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Hasil penelitian	25
4.1.1 Gambaran Umum Ova Elektronik	25
4.1.2 Profil <i>Key Informan</i> dan Informan	26
4.1.3 Temuan Penelitian	27
4.1.3.1 Penerapan Konsep <i>Social Media Marketing</i> Pada Komunikasi Pemasaran Digital Ova Elektronik	27
4.2 Pembahasan	37
4.2.1 Pemanfaatan <i>Social Media Marketing</i> dalam Membangun Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Facebook	37
4.2.1.1 <i>Online Communities</i>	39
4.2.1.2 <i>Interaction</i>	40
4.2.1.3 <i>Sharing Of Content</i>	41

4.2.1.4 <i>Accessibility</i>	43
4.2.1.5 <i>Credibility</i>	43
4.2.1.6 Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital.....	44
BAB V PENUTUP	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	47
5.2.1 Saran Praktis	47
5.2.2 Saran Akademik.....	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

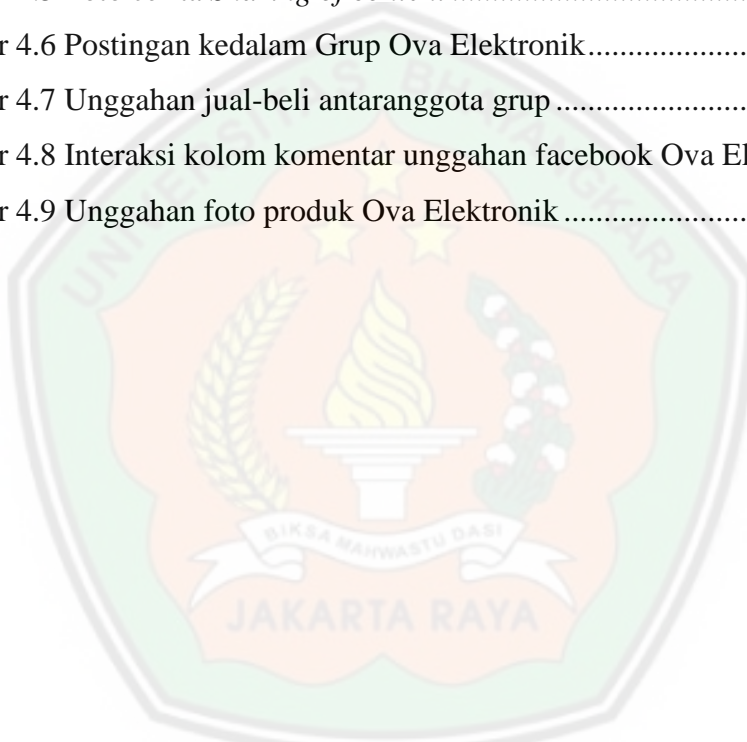
	Halaman
Tabel 1.1 Pengamatan Prariset Media yang digunakan Ova Elektronik.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	26



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Toko Ova Elektronik via Online dan Konvensional .	2
Gambar 1.2 Jumlah pengguna Facebook di Indonesia.....	3
Gambar 4.1 Logo Toko Ova Elektronik (Sumber: Facebook Ova Elektronik)	25
Gambar 4.2 Facebook Ova Elektronik.....	29
Gambar 4.3 Grup Facebook & Whatsapp Ova Elektronik	30
Gambar 4.4 Interaksi dikolom komentar postingan Ova Elektronik	32
Gambar 4.5 Foto cerita <i>Sharing of content</i>	33
Gambar 4.6 Postingan kedalam Grup Ova Elektronik.....	36
Gambar 4.7 Unggahan jual-beli antaranggota grup	39
Gambar 4.8 Interaksi kolom komentar unggahan facebook Ova Elektronik.....	41
Gambar 4.9 Unggahan foto produk Ova Elektronik	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Dokumentasi

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

Lampiran 4 : Reduksi Data

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 6 : Form Perbaikan Skripsi

