

**KOMUNIKASI PEMASARAN *FASHION THRIFT*
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Live Streaming*
@katalog.garasistuff)**

SKRIPSI

Oleh:

Andini Aprilia

201910415187



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran *Fashion Thrift*
Melalui Media Sosial Instagram (Studi
Deskriptif Kualitatif Pada *Live Streaming*
@katalog.garasistuff)

Nama Mahasiswa : Andini Aprilia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415187

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI

Pembimbing



Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si

NIDN 0312079501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran *Fashion Thrift*
Melalui Media Sosial Instagram (Studi
Deskriptif Kualitatif Pada *Live Streaming*
@katalog.garasistuff)

Nama Mahasiswa : Andini Aprilia
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415187
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN

Ketua Penguji : Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si.
NIDN.0307108503

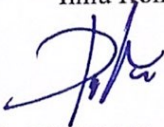
Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si.
NIDN.0312079501

Sekretaris Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom.
NIDN.0323127802

MENGETAHUI

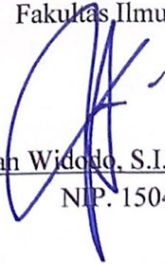
Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.
INIP. 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 *Fashion Thrift* Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Live Streaming @katalog.garasstuff*)** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya dituliskan secara jelas sesuai dengan 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 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, 01 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Andini Aprilia

NPM. 201910415187

ABSTRAK

Andini Aprilia, 201910415187, Komunikasi Pemasaran *Fashion Thrift* Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Live Streaming @katalog.garasistuff*)

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi tren pemasaran saat ini yang mulai beralih ke pemasaran online atau *digital marketing*. Melalui tren *online marketing* ini memunculkan toko-toko *online* melalui platform Instagram. Fenomena *thrift* diperkuat dengan munculnya *online thrift shop* di Indonesia melalui berbagai platform media sosial atau pasar *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran *fashion thrift* melalui media sosial Instagram pada akun *@katalog.garasistuff* saat melakukan *live streaming*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Untuk mengecek keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini adalah komunikasi pemasaran *fashion thrift* melalui media sosial Instagram pada *live streaming @katalog.garasistuff* dengan elemen yang ada dalam komunikasi pemasaran yaitu menggunakan elemen komunikasi pemasaran terdiri dari periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*), pemasaran langsung (*direct marketing*) dan pemasaran interaktif (*interactive marketing*). Dari keenam elemen tersebut Garasi Stuff baru memaksimalkan dua elemen komunikasi pemasaran yakni promosi penjualan (*sales promotion*) dan pemasaran interaktif (*interaktif marketing*) melalui media sosial Instagram. Oleh karena itu perlu komponen lain yang dilakukan oleh *@katalog.garasistuff* untuk mencapainya target penjualan dan dapat berkompetitor dengan produk yang serupa.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Fashion Thrift*, Instagram, *Live Streaming*

ABSTRACT

Andini Aprilia, 201910415187, Fashion Thrift Marketing Communication Through Instagram Social Media (Qualitative Descriptive Study On Live Streaming @Katalog.Garasistuff)

The rapid development of technology is influencing current marketing trends which are starting to switch to online marketing or digital marketing. Through this online marketing trend, online shops emerge through the Instagram platform. The thrift phenomenon is strengthened by the emergence of online thrift shops in Indonesia through various social media platforms or online marketplaces. This study aims to determine fashion thrift marketing communications through Instagram social media on the @katalog.garasistuff account during live streaming. The method used is descriptive qualitative. Data collection techniques are carried out by observation, interviews, documentation. To check the validity of the data, researchers used source triangulation. The results of this study are fashion thrift marketing communications through Instagram social media on live streaming @katalog.garasistuff with elements in marketing communication, namely using marketing communication elements consisting of advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing and interactive marketing. Of the six elements, Garasi Stuff only maximizes two marketing communication elements, namely sales promotion and interactive marketing through Instagram social media. Therefore we need other components that need to be done by @katalog.garasistuff to achieve sales targets and be able to compete with similar products.

Keywords: Marketing Communication, Fashion Thrift, Instagram, Live Streaming

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tidak lupa penulis sampaikan terimakasih kepada kedua orang tua tercinta (Ibu Sofiah dan bapak Icam) yang selalu memahami, mendukung, memberikan semangat serta nasihat, memberi dukungan material serta do'a setiap hari sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Komunikasi Pemasaran *Fashion Thrift* Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Live Streaming @katalog.garasistuff*).”**

Peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini, diantaranya:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM., 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 Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si. selaku Pembimbing yang telah memberikan waktu luang untuk melakukan bimbingan, memberikan saran sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Dr. Ari Sulistyanto. S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang berperan penting dalam membantu penulis membuat Skripsi ini.

7. Kepada Owner dan Karyawan Garasi Stuff yang bersedia memeberikan informasi dan memberikan dukungan pada penulis guna kebutuhan Skripsi ini.
8. Kepada kakak dan adik saya yang sudah memberikan semangat dalam penyusunan Skripsi ini.
9. Kepada Aditya Reza Vachlevi yang telah membantu dan mendukung saya untuk terus berjuang menyelesaikan Skripsi ini.
10. Teman-teman grup HAHA HHHI S.I.Kom yang selalu memberikan dukungan selama penyusunan Skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Penulis



Andini Aprilia

NPM. 201910415187

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 BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Konsep	12
2.2.1 Komunikasi	12
2.2.1.1 Tujuan Komunikasi	13
2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi	14

2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2.1 Elemen Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Digital.....	17
2.2.3.1 Media Sosial Marketing.....	18
2.2.4 Instagram.....	19
2.2.5 <i>Live Streaming Marketing</i>	20
2.2.6 <i>Fashion Thrift</i>	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.3 Informan Penelitian.....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
3.6 Keabsahan Data.....	30
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Profil Garasi Stuff.....	31
4.2 Profil Informan.....	33
4.3 Hasil Penelitian.....	34
4.3.1 Komunikasi pemasaran <i>fashion thrift</i> melalui media sosial Instagram pada <i>live streaming</i> @katalog.garasistuff.....	35
4.4 Pembahasan.....	43
BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49

5.2 Saran	50
5.2.1 Saran Teoritis	50
5.2.2 Saran Praktis	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	



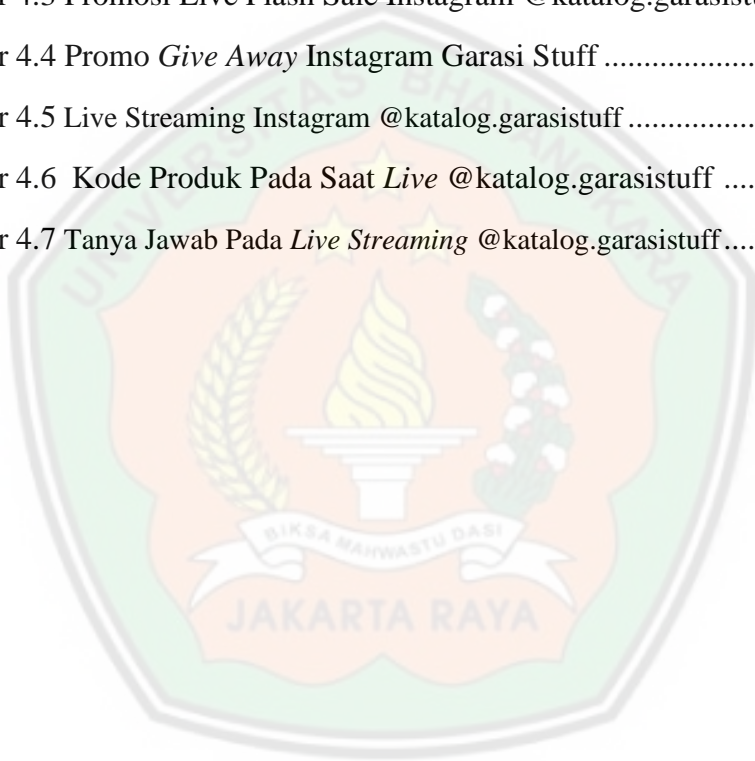
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1 Profil Informan.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia	3
Gambar 1.2 Profil Instagram Katalog.garasistuff	4
Gambar 4.1 Profil Garasi Stuff	31
Gambar 4.2 Instagram @katalog.garasistuff.....	32
Gambar 4.3 Promosi Live Flash Sale Instagram @katalog.garasistuff	36
Gambar 4.4 Promo <i>Give Away</i> Instagram Garasi Stuff	37
Gambar 4.5 Live Streaming Instagram @katalog.garasistuff	40
Gambar 4.6 Kode Produk Pada Saat <i>Live</i> @katalog.garasistuff	41
Gambar 4.7 Tanya Jawab Pada <i>Live Streaming</i> @katalog.garasistuff.....	42



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 : Reduksi Data
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Kartu Bimbingan
- Lampiran 7 : Form Perbaikan

