

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL  
C&F PADA AKUN INSTAGRAM  
@CNFSTOREOFFICIAL DALAM MEMASARKAN  
PRODUK KEPADA KONSUMEN**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
Sastia Prama Putri  
201910415021**



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

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran  
Digital C&F pada Akun Instagram  
@cnfstoreofficial dalam Memasarkan  
Produk kepada Konsumen

Nama Mahasiswa : Sastia Prama Putri

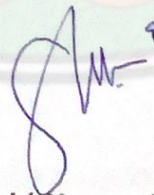
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415021

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

Menyetujui,  
Pembimbing



Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM

NIDN 0311036501

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran  
Digital C&F pada Akun Instagram  
@cnfstoreofficial dalam Memasarkan  
Produk kepada Konsumen

Nama Mahasiswa : Sastia Prama Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415021

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

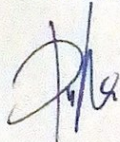
Ketua Penguji : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si  
NIDN. 0328056508

Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM  
NIDN. 0311036501

Sekretaris Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN. 0319048601

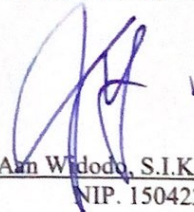
MENGETAHUI,

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 **Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital C&F pada Akun Instagram @cnfstoreofficial dalam Memasarkan Produk kepada Konsumen** 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 digital dan mempublikasikanya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2023  
Yang Membuat Pernyataan,



Sastia Prama Putri  
201910415021

## ABSTRAK

**Sastia Prama Putri, 201910415021**, Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital C&F pada Akun Instagram @cnfstoreofficial dalam Memasarkan Produk kepada Konsumen.

Komunikasi pemasaran di dalam suatu perusahaan harus memiliki strategi agar semua rencana yang telah ditetapkan dapat terpenuhi. Perkembangan komunikasi pemasaran saat ini tidak hanya dilakukan secara tradisional, para pemasar kini juga menggunakan media baru sebagai alternatif untuk mendekati calon konsumen, seperti internet. Salah satu perusahaan yang saat ini sedang berupaya untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya dengan memanfaatkan media sosial Instagram yaitu C&F. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan aktivitas komunikasi pemasaran digital yang dilakukan C&F pada akun Instagram @cnfstoreofficial dalam memasarkan produk kepada konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif menggunakan konsep bauran komunikasi pemasaran menurut Firmansyah (2020) yaitu Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*). Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa C&F hanya melakukan tiga dari lima konsep yaitu Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) pada akun Instagramnya @cnfstoreofficial.

Kata kunci: Aktivitas Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Digital, Instagram, C&F

## **ABSTRACT**

**Sastia Prama Putri, 201910415021, C&F Digital Marketing Communication Activities on Instagram Account @cnfstoreofficial in Marketing Products to Consumers.**

*Marketing communications within a company must have a strategy so that all plans that have been set can be fulfilled. The development of current marketing communications is not only carried out traditionally, marketers are now also using new media as an alternative to approach potential consumers, such as the internet. One company that is currently trying to introduce and market its products by utilizing Instagram social media, namely C&F. This study aims to explain the digital marketing communication activities carried out by C&F on the @cnfstoreofficial Instagram account in marketing products to consumers. Data collection techniques used are interviews, observation and documentation. This research is a descriptive qualitative research using the marketing communication mix concept according to Firmansyah (2020), namely Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling and Direct Marketing. Based on the research results, it was found that C&F only carried out three of the five concepts namely Advertising, Sales Promotion, and Direct Marketing on his Instagram account, namely @cnfstoreofficial.*

**Keywords:** *Marketing Communication Activities, Digital Marketing Communications, Instagram, C&F*

## KATA PENGANTAR

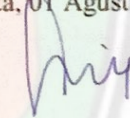
Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital C&F* pada Akun Instagram @cnfstoreofficial dalam Memasarkan Produk kepada Konsumen. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, di kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua penulis yang telah banyak mencurahkan kasih sayang, tak henti memberikan doa, serta dukungan baik moril maupun materil kepada penulis. Penulis juga berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi, yaitu:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. 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 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberi arahan dan masukan, serta memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademika yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses pelaksanaan skripsi.
6. Ibu Kurnia Putri Aryani selaku *Junior Manager* PR dan Digital C&F yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi yang diperlukan selama penulisan skripsi ini.

7. Daffa Rizki Surya Pratama selaku teman dekat penulis yang telah memberikan dukungan serta membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan Nasidah Ria yaitu Farah Laila Fazriah, Sevira Zahwa, Herlin Anintia, Darin Sekar Ardina dan Melati Anggraini yang telah banyak memberikan dukungan serta hiburan kepada penulis.
9. Sepupu penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa tanpa bantuan dari semua pihak, penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran untuk memperbaiki segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis juga berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 01 Agustus 2023



Sastia Prama Putri



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Praktis.....	6
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kerangka Konsep .....	10
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasran .....	11
2.2.3 Instagram .....	17
2.2.4 C&F.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	22

3.2	Metode Penelitian .....	22
3.3	Subjek dan Objek Penelitian .....	23
3.3.1	Subjek Penelitian .....	23
3.3.2	Objek Penelitian.....	24
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.4.1	Wawancara .....	24
3.4.2	Observasi .....	25
3.4.3	Dokumentasi.....	26
3.5	Teknik Analisis Data .....	26
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	27
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>29</b>
4.1	Gambaran Umum.....	29
4.2	Hasil Penelitian .....	31
4.2.1	Profil Informan.....	31
4.2.2	Segmentasi dan Target Pasar C&F .....	32
4.2.3	Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital C&F di Instagram .....	34
4.3	Pembahasan.....	45
4.3.1	Aktivitas Komunikasi Pemasaran C&F pada Akun Instagram @cnfstoreofficial dalam Memasarkan Produk Kepada Konsumen ....	45
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>48</b>
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>53</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	7
<b>Tabel 3.1</b> Informan Penelitian .....	25
<b>Tabel 3.2</b> Timeline Penelitian.....	28
<b>Tabel 4.1</b> Informan Penelitian .....	31



## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 2.1</b> Kerangka Pemikiran.....	21
--	----



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Aktivitas Komunikasi Pemasaran C&F di Instagram .....	2
<b>Gambar 2.1</b> Produk-produk C&F .....	18
<b>Gambar 4.1</b> Produk <i>Fragrance &amp; Beauty</i> C&F .....	31
<b>Gambar 4.2</b> Logo C&F.....	30
<b>Gambar 4.3</b> Akun Instagram C&F .....	37
<b>Gambar 4.4</b> Postingan Feeds akun Instagram @cnfstoreofficial .....	38
<b>Gambar 4.5</b> Iklan akun Instagram @cnfstoreofficial .....	40
<b>Gambar 4.6</b> Kerja Sama C&F dengan KOL dan <i>Fragrance/Beauty community</i>	43
<b>Gambar 4.7</b> Konten KOL Sabrina Chairunnisa.....	43
<b>Gambar 4.8</b> Instagram Shop C&F.....	46



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN 1:** Biodata Mahasiswa

**LAMPIRAN 2:** Pedoman Wawancara, Observasi dan Dokumentasi

**LAMPIRAN 3:** Lembar Transkrip Wawancara

**LAMPIRAN 4:** Lembar Reduksi Wawancara

**LAMPIRAN 5:** Lembar Hasil Observasi

**LAMPIRAN 6:** Lembar Hasil Dokumentasi

**LAMPIRAN 7:** Surat Izin Penelitian

**LAMPIRAN 8:** Buku Referensi

**LAMPIRAN 9:** Kartu Bimbingan

**LAMPIRAN 10:** Form Perbaikan

