

**PAKAIAN BEKAS PADA *SOCIAL COMMERCE*
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF KOMUNIKASI
PEMASARAN TOKO @XSTYLE.ID DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM)**

SKRIPSI

**Oleh:
Irfan Novyandra
201710415087**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

**PAKAIAN BEKAS PADA SOCIAL COMMERCE
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF KOMUNIKASI
PEMASARAN TOKO @XSTYLE.ID DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM)**

SKRIPSI

**Oleh:
Irfan Novyandra
201710415087**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

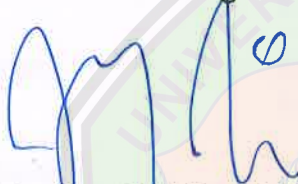
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pakaian Bekas pada Social Commerce (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Toko @xstyle.id di Media Sosial Instagram)
Nama Mahasiswa : Irfan Novyandra
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415087
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 November 2021

Jakarta, 30 November 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Ratna Puspita S.Sos., M.Si

NIDN. 0329088305

Pembimbing II



Azhar Irfansyah, S.IP, M.A

NIDN. 0308108905



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pakaian Bekas pada Social Commerce (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Toko @xstyle.id di Media Sosial Instagram)
Nama Mahasiswa : Irfan Novyandra
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415087
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 November 2021

Jakarta, 30 November 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Titis Nurwulan Suciati, S.Sos, M.I.Kom
NIDN 0329068301

Penguji I : Ratna Puspita, S.Sos, M.Si
NIDN 0329088305

Penguji II : Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN 0302069106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

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

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pakaian Bekas Pada *Social Commerce* (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Toko @xstyle.id di Media Sosial Instagram)** 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 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, 30 November 2021

Yang membuat pernyataan,



Irfan Novyandra

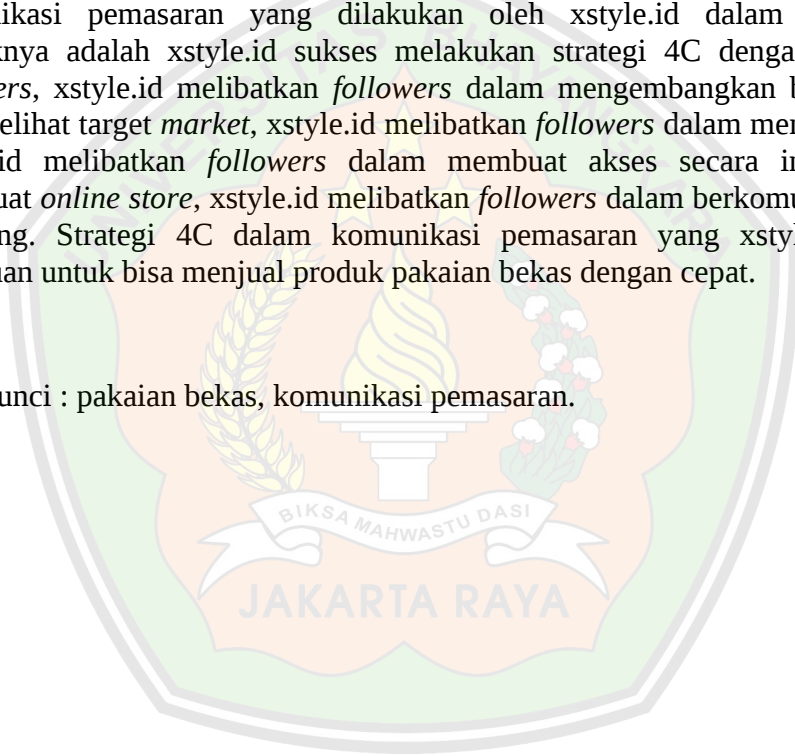
201710415087

ABSTRAK

Irfan Novyandra, 201710415087. Pakaian Bekas Pada *Social Commerce* (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Toko @xstyle.id di Media Sosial Instagram).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh xstyle.id dalam menjual produknya di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan konsep 4C yakni *co-creation*, (ko-kreasi), *currency* (uang atau valuta), *communal activation* (aktivasi komunal) dan *conversation* (percakapan). Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik analisis data pada penelitian adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh xstyle.id dalam memasarkan produknya adalah xstyle.id sukses melakukan strategi 4C dengan melibatkan *followers*, xstyle.id melibatkan *followers* dalam mengembangkan bisnis dengan cara melihat target *market*, xstyle.id melibatkan *followers* dalam membuat diskon, xstyle.id melibatkan *followers* dalam membuat akses secara instan dengan membuat *online store*, xstyle.id melibatkan *followers* dalam berkomunikasi secara langsung. Strategi 4C dalam komunikasi pemasaran yang xstyle.id lakukan bertujuan untuk bisa menjual produk pakaian bekas dengan cepat.

Kata kunci : pakaian bekas, komunikasi pemasaran.



ABSTRACT

Irfan Novyandra, 201710415087. Used Clothing in Social Commerce (Qualitative Descriptive Study of @xstyle.id Store Marketing Communication on Instagram Social Media).

This study aims to find out how marketing communications are carried out by xstyle.id in selling their products on Instagram social media. This study uses the 4C concept, namely co-creation, (co-creation), currency (money or currency), communal activation (communal activation) and conversation (conversation). This type of research is qualitative with the method used is descriptive qualitative. Data analysis techniques in this study are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that the marketing communications carried out by xstyle.id in marketing their products are that xstyle.id has successfully implemented a 4C strategy by involving followers, xstyle.id has involved followers in developing business by looking at the target market, xstyle.id has involved followers in making discounts. , xstyle.id involves followers in making instant access by creating an online store, xstyle.id involves followers in communicating directly. The 4C strategy in marketing communication that xstyle.id does aims to be able to sell used clothing products quickly.

Keywords: used clothes, marketing communication.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah nya kepada penulis, sehingga penulis dapat melaksanakan kegiatan Penelitian dan Pembuatan Proposal Skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang penulis harapkan, Penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan 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 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Ratna Puspita, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan sehingga Proposal Skripsi ini dapat terselesaikan
5. Bapak Azhar Irfansyah, S.IP, M.A selaku Dosen Pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan sehingga Proposal Skripsi ini dapat terselesaikan
6. Keluarga dan teman-teman yang telah mendukung dan membantu penelitian Proposal Skripsi ini sehingga dapat terselesaikan

Bekasi, 30 November 2021



Irfan Novyandra

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.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Praktik	8
1.5.2 Manfaat Akademis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Konsep.....	12
2.2.1 Instagram Sebagai Media Sosial	12
2.2.2 Perdagangan Sosial (<i>Social Commerce</i>).....	14

2.2.3	<i>Thriftling</i>	16
2.2.4	Komunikasi Pemasaran	19
2.2.5	Komunikasi Pemasaran Digital	20
2.3	Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Metode Penelitian	25
3.3	Subyek Penelitian	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data	27
3.5	Teknik Analisis Data	28
3.6	Keabsahan Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1	Profil Xstyle.id	32
4.1.2	Profil Informan.....	33
4.1.2.1	Informan ke 1	34
4.1.2.2	Informan ke 2	35
4.1.3	Temuan Data	36
4.1.4	Hasil Penelitian	36
4.1.4.1	<i>Co-creation</i> (ko-kreasi)	37
4.1.4.2	<i>Currency</i> (uang atau valuta)	40
4.1.4.3	<i>Communal activation</i> (aktivasi komunal)	41
4.1.4.4	<i>Conversation</i> (percakapan).....	42
4.2	Pembahasan.....	45
BAB V PENUTUP		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Instagram Xstyle.id	33
Gambar 4.2 Foto Bersama Dengan Informan 1	34
Gambar 4.3 Foto Informan 2.....	35
Gambar 4.4 Kolom Komentar Xstyle.id	43
Gambar 4.5 Instagram <i>Stories</i> Xstyle.id	47



DAFTAR LAMPIRAN

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



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1	9
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2	10
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3	11
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4	12
Tabel 4.1 Profil Informan.....	34
Tabel 4.2 Elemen 4C.....	44



DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
-----------------------------------	----

