

**PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
MEDIA SOSIAL X PADA AKUN @sippomerch_**

(Studi Deskriptif Kualitatif: *Merchandise* K-pop BTS)

SKRIPSI

OLEH:

ALDA SEPTYANA

201710415042



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

2024

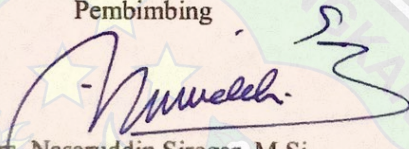
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Proses Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial X (Studi Deskriptif: *Merchandise K-pop*)
Nama Mahasiswa : Alda Septyana
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415042
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2024

Jakarta, 12 Februari 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing


Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si

NIDN 0328056508



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Proses Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial
X Pada Akun @sippomerch_ (studi deskriptif:
Merchandise K-pop BTS)

Nama Mahasiswa : Alda Septyana

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415042

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2023

Jakarta, 12 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0914128902

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

Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par
NIDN. 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIP. 0319059501

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Proses Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial X Pada Akun @sippomerch_ (Studi Deskriptif: Merchandise K-pop BTS)** 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, maka saya bersedia untuk 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 portai Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,

Alda Septyana

(201710415042)

ABSTRAK

Alda Septyana.201710415042. Proses Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Twitter Studi Deskriptif Merchandise K-pop

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses komunikasi pemasaran merchandise k-pop BTS melalui media sosial X pada akun @sippomerch_. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *kualitatif deskriptif* dan menggunakan model teori *Marketing MIX 8P* (*product, place, price, promotions, people, process, physical edivence, productivity&quality*) dari ke 8 alat bauran pemasaran tersebut yang paling dominan digunakan pada akun @sippomerch_ yaitu *product* dan *price*. proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh @sippomerch_ melalui media sosial X merujuk pada pada proses komunikasi pemasaran menurut Firmansyah (2019) melalui 7 tahap yaitu, *sender, receiver, message, media, encoding, decoding, response*. Proses komunikasi pemasaran dari *sender*. *Sender* yang dimaksud adalah @sippomerch_ online shop yang melakukan komunikasi pemasaran melalui media sosial X kepada konsumen.

Kata kunci: *Merchandise k-pop, Marketing MIX 4P, Komunikasi Pemasaran, Kualitatif Deskriptif, X*

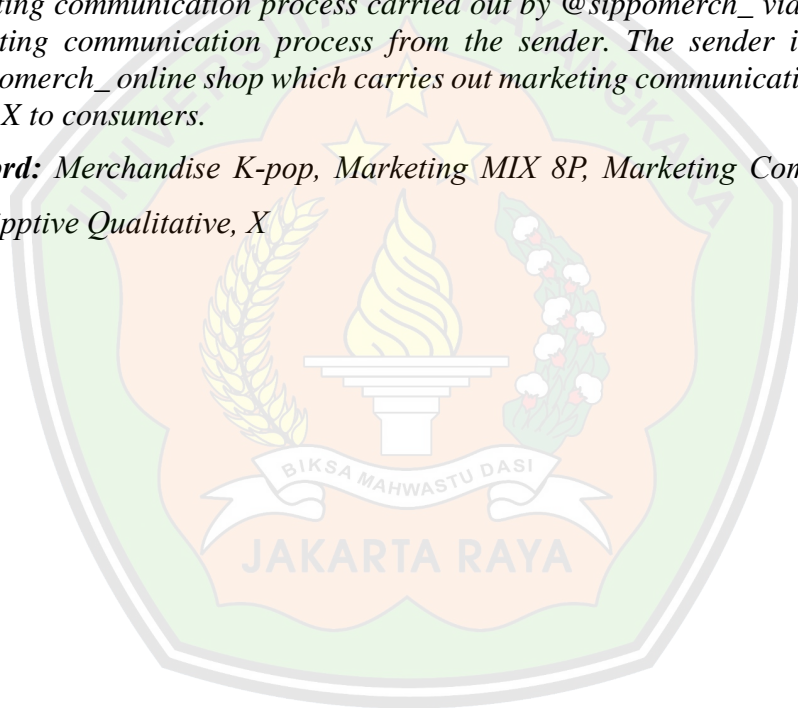


ABSTRACT

Alda Septyana. 201710415042. *Marketing Communication Process Through Social Media Twitter Descriptive Study of K-pop Merchandise*

This research aims to determine the marketing communication process for BTS k-pop merchandise via social media X on the @sippomerch_ account. This research uses descriptive qualitative research methods and uses the Marketing MIX 8P theoretical model (product, place, price, promotions, people, process, physical education, productivity & quality) from the 8 marketing mix tools that are most dominantly used on the @sippomerch_ account, namely product and price. The marketing communication process carried out by @sippomerch_ via social media Marketing communication process from the sender. The sender in question is @sippomerch_ online shop which carries out marketing communications via social media X to consumers.

Keyword: *Merchandise K-pop, Marketing MIX 8P, Marketing Communications, Descriptive Qualitative, X*



KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmanirrohiim

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Serta penulis berterimakasih kepada bapak Aspri dan ibu Rosadah selaku kedua orang tua serta adik-adik saya yang telah memberikan dukungan, penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: "Proses Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Twitter Pada Akun @sippomerech_ Studi Deskriptif: *Merchandise* kpop BTS" Skripsi ini ditulis untuk sebagai syarat bahwa penulis telah menyelesaikan Tugas Akhir sebagai mahasiswi.

Namun dengan sadar Skripsi yang penulis buat ini masih banyak kekurangan, penulis sangat menerima saran dan kritik yang membangun demi pengembangan pengetahuan penulis. Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Frds. H. Bambang Karsono SH, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.Ikom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Fadli Muhammad Athalarik, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
5. Bapak Fikri Reza, S.IP, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik saya
6. Bapak Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si selaku Dosen Pembimbing saya yang membantu penulis memberikan arahan bimbingan pada skripsi yang baik dan benar.
7. Bapak Dr. Asrul Nur Iman, S.Som., M.I.Kom selaku Ketua Penguji saya yang telah memberikan saya saran dan membantu mengarahkan Skripsi sehingga Skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
8. Bapak Imaddudin, M.I.Kom selaku Sekretasis penguji saya yang telah memberikan saya saran dan membantu mengarahkan Skripsi sehingga Skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

9. Teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan *support* dan telah membantu saya dalam menyusun skripsi. Akhir kata penulis sangat berharap agar skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Jakarta, 12 Februari 2024



Alda Septyana



DAFTAR ISI

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.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Kerangka konsep.....	9
2.2.1. Proses.....	9
2.2.2. Komunikasi Pemasaran	9
2.2.4 Bauran Pemasaran	21
2.2.6 Media Sosial	30
2.2.7 X (Media Sosial)	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN.....	34

3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Wawancara	35
3.3.2 Observasi	35
3.3.3 Dokumen	35
3.4 Teknik Analisis Data	36
3.4.1 Reduksi Data	36
3.4.2 Penyajian Data.....	36
3.4.3 Menarik Kesimpulan (<i>conclusion</i>)	36
3.5 Teknik Keabsahan Data	37
3.5.1 Triangulasi.....	37
3.6 Sumber Data	38
3.6.1 Informan	38
3.6.2 Key Informan	38
3.7 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian.....	40
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	44
4.2 Pembahasan	50
BAB V.....	57
KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Twitter @sippomerch_.....4



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Pedoman Wawancara

LAMPIRAN 3 : Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 4 : Reduksi Data Wawancara

LAMPIRAN 5 : Dokumentasi

LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan Skripsi

LAMPIRAN 7 : Kartu Bimbingan Skripsi



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.7 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	39

