

**GAYA KOMUNIKASI DALAM *STORYTELLING*
MARKETING PADA AKUN INSTAGRAM
@FADILJAIDI**

SKRIPSI

Oleh :

Anisa Mutiara Putri

202010415306



**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

**GAYA KOMUNIKASI DALAM *STORYTELLING*
MARKETING PADA AKUN INSTAGRAM
@FADILJAIDI**

SKRIPSI

Oleh :

Anisa Mutiara Putri

202010415306



**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Gaya Komunikasi Dalam *Storytelling Marketing*

Pada Akun Instagram @fadiljaidi

Nama Mahasiswa : Anisa Mutiara Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415306

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : Senin, 22 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing


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

NIDN. 322038901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Gaya Komunikasi Dalam Storytelling Marketing Pada Akun Instagram @fadiljaidi*

Nama Mahasiswa : Anisa Mutiara Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415306

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Senin, 22 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Sigit Surahman, S.Sn, M.Si
NIDN. 0416118205


Penguji : Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN. 0322038901


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. 2203551


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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul *Gaya Komunikasi Dalam Storytelling Marketing Pada Akun Instagram @fadiljaidi* ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya dituliskan secara jelas sesuai 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 memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan memublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Anisa Mutiara Putri

202010415306

ABSTRAK

Anisa Mutiara Putri, 202010415306. Gaya Komunikasi Dalam *Storytelling Marketing* Pada Akun Instagram @fadiljaidi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi dalam *storytelling marketing* pada akun Instagram @fadiljaidi. Penelitian ini menggunakan media analisis yang dikaitkan dengan CMC (*computer mediated communication*). Kemudian dibahas dengan konsep yang digunakan yaitu gaya komunikasi menurut Norton. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode CMDA (*computer mediated discourse analysis*). Hasil penelitian menunjukkan konten promosi atau *storytelling marketing* yang dilakukan Fadil Jaidi pada akun Instagram nya @fadiljaidi memiliki berbagai gaya komunikasi verbal dan nonverbal dalam mendukung jalannya *storytelling marketing* dan dapat membangun kreatifitas serta interaksi dalam menarik minat audiens. Sedangkan kategori gaya komunikasi yang diterapkan Fadil Jaidi dalam *storytelling marketing* pada akun Instagram nya adalah *dominan, dramatic, animated expressive, relaxed, friendly, impression leaving*.

Kata Kunci : Gaya Komunikasi, *Storytelling Marketing*, Instagram

ABSTRACK

Anisa Mutiara Putri, 202010415306. *Communication Style in Storytelling Marketing on the Instagram Account @fadiljaidi*

This research aims to find out the communication style in storytelling marketing on the Instagram account @fadiljaidi. This research uses analytical media associated with CMC (computer mediated communication). Then it is discussed with the concept used, namely communication style according to Norton. This type of research is qualitative with the CMDA (computer mediated discourse analysis) method. The research results show that the promotional content or storytelling marketing carried out by Fadil Jaidi on his Instagram account @fadiljaidi has various verbal and non-verbal communication styles to support storytelling marketing and can build creativity and interaction to attract audience interest. Meanwhile, the communication style categories that Fadil Jaidi applies in storytelling marketing on his Instagram account are dominant, dramatic, animated expressive, relaxed, friendly, impression leaving.

Keywords: *Communication Style, Storytelling Marketing, Instagram*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Berkat rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis masih diberikan kesehatan, kesempatan, kesabaran, serta kemauan dan tekad yang dianugerahkan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menjelaskan gaya komunikasi dalam *storytelling marketing* Fadil Jaidi pada akun instagramnya, sehingga tersusun penelitian ini yang berjudul “Gaya Komunikasi Dalam *Storytelling Marketing* Pada Akun Instagram @fadiljaidi”.

Tentunya pembuatan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan serta doa dari pihak-pihak yang terlibat. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yaitu Ayah, Mamah, adik-adik, dan juga kepada orang-orang terdekat yang telah memberikan bantuan, dukungan serta bimbingan kepada penulis. Selanjutnya dengan kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. 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 Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

4. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan evaluasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu membuat skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan penulis Asyifa Zahwa, Dian Anggreani, Ria Widiawati, dan Stella Marisca yang telah memberikan dukungan semangat, bantuan, serta saran untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman PMD 2A yang pernah bekerja sama dan berada 1 rumah di Kp. Cilutung Desa Ponggang, yang selama ini selalu memberikan bentuk semangat, dukungan juga do'a untuk penulis sehingga penulis merasa penuh percaya diri dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman baik penulis yang nama nya tidak dapat di sebutkan satu persatu yang juga telah berpartisipasi dalam memberikan semangat, dukungan, bantuan, saran serta do'a yang tulus untuk penulis, sehingga penulis menjadi percaya diri dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Untuk diri penulis sendiri yang sudah berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sabar, dengan segala ketelitian dan juga waktu yang telah digunakan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Tak lupa juga kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan dalam skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna Oleh karena itu, kritik, saran, dan masukan yang membangun sangat diharapkan untuk skripsi ini.

Jakarta, 02 Februari 2024

Penulis,



Anisa Mutiara Putri
202010415306



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	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Konsep	16

2.2.1 Gaya Komunikasi	17
2.2.2 <i>Storytelling</i>	17
2.2.3 <i>Storytelling Marketing</i>	18
2.2.4 Konten.....	19
2.2.5 Instagram	20
2.3 Kerangka Teori	22
2.3.1 CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>)	20
2.4 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis penelitian	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Metode pengumpulan data	29
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.6 Validitas Data.....	32
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	35
4.1.2 <i>Storytelling</i>	36
4.1.3 Hasil Temuan	37
4.1.3.1 Konten <i>Storytelling Marketing</i>	38
4.1.4 Konten <i>Storytelling Marketing</i> Melibatkan Keluarga.....	53
4.1.5 Gaya Komunikasi Yang Digunakan.....	54
4.2 Pembahasan	55

4.2.1 Gaya Komunikasi Dalam <i>Storytelling Marketing</i>	55
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
5.1.1 Saran Akademis	77
5.1.2 Saran Praktis	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Perbandingan	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.4 Lembar Tabel Observasi Kategori Konten	30
Tabel 3.7 Waktu Penelitian	34
Tabel 4.1 Video/Gambar Konten Dan Waktu Unggahan	39
Tabel 4.2 Durasi Waktu	42
Tabel 4.3 Topik Percakapan	43
Tabel 4.4 Gerakan Tubuh	44
Tabel 4.5 Isi Konten	46
Tabel 4.6 Suasana Dalam Konten	50
Tabel 4.7 <i>Emoticon</i> Yang Tertera	51

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.4 Kerangka Pemikiran.....	25
-----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Foto Profil Fadil Jaidi.....	35
Gambar 4.2 Profil Akun Instagram Fadil Jaidi	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Temuan Data, Transkrip Data & Reduksi Data

Lampiran 3 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 4 : Form Perbaikan Skripsi

