KOMUNIKASI PEMASARAN XLUNO DALAM MEMPROMOSIKAN PENJUALAN PAKAIAN BERUKURAN XL *(EXTRA LARGE)* 7 XL MELALUI AKUN INSTAGRAM @XLUNO.OFFICIAL

SKRIPSI

Oleh :
Fadhillah Ramadhania
202110415153

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

KOMUNIKASI PEMASARAN XLUNO DALAM MEMPROMOSIKAN PENJUALAN PAKAIAN BERUKURAN XL *(EXTRA LARGE)* 7 XL MELALUI AKUN INSTAGRAM @XLUNO.OFFICIAL

SKRIPSI

Oleh :
Fadhillah Ramadhania
202110415153

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

Komunikasi Pemasaran.., Fadhillah Ramadhania, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Xluno Dalam Mempromosikan Penjualan Pakaian Berukuran XL (Extra Large) Dan 7 XL Melalui Akun Instagram @xluno.official

Nama Mahasiswa : Fadhillah Ramadhania

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110415153

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Jakarta, 13 Febuari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0319048601

-

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi	: Komunikasi Pemasaran XLuno Dalam Mempromosikan Penjualan Pakaian Berukuran XL (*Extra Large*) Dan 7 XL Melalui Akun Instagram @xluno.official
Nama Mahasiswa	: Fadhillah Ramadhania
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415153
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 05 Febuari 2025

Jakarta, 14 Febuari 2025
MENGESAHKAN,

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

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

Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom,M.I.Kom
NIDN. 0327119701

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa,M.A.,M.Ed.,Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadhillah Ramadhania

NPM : 202110415153

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun berjudul Komunikasi Pemasaran Xluno Dalam Mempromosikan Penjualan Pakaian Berukuran XL *(Extra Large)* 7 XL Melalui Akun Instagram @Xluno.Official sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Universitas Bhayangkara Jakarta Raya seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali mengutip sebagai referensi yang sumbernya sudah ditulis 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 mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 febuari 2025

Yang membuat pernyataan,



Fadhillah Ramadhania

202110415153

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Fadhillah Ramadhania 202110415153. Komunikasi Pemasaran Xluno Dalam Mempromosikan Penjualan Pakaian Berukuran XL (*Extra Large*) Dan 7 XL Melalui Akun Instagram @xluno.official.

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi pemasaran XLuno dalam mempromosikan pakaian *plus-size* melalui *Instagram*. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini mengkaji optimalisasi *fitur Instagram* dalam meningkatkan *brand* promosi, *engagement*, dan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan XLuno menerapkan lima strategi utama: *content creation* (pembuatan konten visual berkualitas melalui *Feed*, *Reels*, dan *Stories*), *content sharing* (repost testimoni dan *user-generated content*), *connecting* (interaksi aktif melalui komentar, *DM*, *Q&A*, dan *polling*), *community building* (kampanye #PasukanBesarXLuno, kolaborasi *influencer*, dan *event virtual*), serta promosi penjualan (diskon, *giveaway*, dan program loyalitas). Strategi ini terbukti efektif meningkatkan *engagement* pelanggan, loyalitas merek, serta mendorong pertumbuhan penjualan XLuno secara signifikan. Studi ini menjadi referensi bagi bisnis *fashion* dalam mengoptimalkan pemasaran *digital* berbasis media sosial untuk target pasar.

Kata Kunci: komunikasi pemasaran, *Instagram, fashion plus-size, engagement*, promosi digital.

ABSTRACT

Fadhillah Ramadhania 202110415153. *XLuno Marketing Communications in Promoting Sales of XL (Extra Large) and 7 XL Size Clothes Through the Instagram Account @xluno.official.*

This study analyzes XLuno's marketing communication strategy in promoting plus-size clothing through Instagram. Using a qualitative descriptive method, this research examines how Instagram features are optimized to enhance brand promotion, customer engagement, and sales growth. The findings reveal that XLuno implements five key strategies: content creation (high-quality visual content through Feed, Reels, and Stories), content sharing (reposting testimonials and user-generated content), connecting (active interaction via comments, DMs, Q&A, and polls), community building (#PasukanBesarXLuno campaign, influencer collaborations, and virtual events), and sales promotion (discounts, giveaways, and loyalty programs). These strategies effectively increase customer engagement, brand loyalty, and significantly boost XLuno's sales performance. This study serves as a reference for fashion businesses seeking to optimize digital marketing strategies through social media for niche markets.

Keywords*: marketing communication, Instagram, plus-size fashion, customer engagement, digital promotion.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul "Komunikasi Pemasaran XLuno Dalam Mempromosikan Penjualan Pakaian Berukuran XL (*Extra Large*) Dan 7 XL Melalui Akun Instagram @xluno.official".

Kata terima kasih tersemat kepada orang tua tercinta, Ayahanda Achmad Fatah, Ibunda tercinta Rosa Nursyanti, Adik tersayang Raka Hasby yang selalu mendukung, tidak bosan-bosannya memberikan banyak nasehat dan doa yang senantiasa ditunjukan kepada peneliti sebagai wujud rasa cintanya yang tulus, dan Almarhum Kakek tercinta Drs. Rostanaka Syair yang sudah tenang di surga Allah SWT.

Lebih lanjut dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah memperoleh bimbingan serta arahan berikut dengan dukungan dari berbagai pihak, maka dengan segala hormat peneliti ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H,. M.M., Ph.D., D.Crim, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa,M.A.,M.Ed.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada peneliti sehingga penelitian skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Pihak *Staff* Xluno official membantu dan mendukung pada skripsi penelitian ini.
6. Saudara Windy Tri Lestari selaku sahabat peneliti yang sudah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dipindai dengan CamScanner

7. Saudara dengan NPM 202110415014 selaku teman dekat peneliti yang sudah mau mendengar keluhan disaat penulisan peneliti ini.
8. Seluruh teman seperjuangan Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2021. Serta sahabat dan semua pihak yang telah memberikan semangat dan juga dukungannya kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Pada penulisan Skripsi ini tak luput dari sebuah kesalahan serta kekurangan, maka saran dan kritik dari berbagai pihak sangat diperlukan guna melengkapi Skripsi ini, harapan peneliti semoga skripsi ini dapat berguna bagi berbagai pihak.

Jakarta, 10 Febuari 2025

Peneliti,



Fadhillah Ramadhania

202110415153

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB 1 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 7
1.5.1 Manfaat Teoretis 7
1.5.2 Manfaat praktis 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1 Penelitian Terdahulu 9
2.2 Tinjauan Konseptual 12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 12
2.2.2 Jenis-Jenis Komunikasi Pemasaran 16
2.2.3 *Content Marketing* 18
2.2.4 Promosi Penjualan 22
2.2.5 Media Sosial 23
2.2.6 Instagram 26
2.3 Kerangka Berpikir 27

BAB III METODE PENELITIAN 29
3.1 Pendekatan Penelitian 29
3.2 Desain Penelitian 30
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 30
3.3.1 Subjek Penelitian 30
3.3.2 Objek Penelitian 31
3.4 Teknik Pengumpulan Data 31
3.5 Teknik Analisisi Data 33
3.6 Keabsahan Data 33
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36

Komunikasi Pemasaran.., Fadhillah Ramadhania, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 36
4.1.1 XLuno Official 36
4.1.2 Informan Penelitian 37
4.1 3 Akun Instagram @XLuno.official 38
4.2 Hasil Penelitian 39
4.2.1 Kegiatan Promosi Xluno 40
4.3 Pembahasan 56

BAB V PENUTUP 62
5.1 Kesimpulan 62
5.2 Saran 63
5.2.1 Saran Praktis 63
5.2.2 Saran Akademis 64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Komunikasi Pemasaran.., Fadhillah Ramadhania, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instatgram @xluno.official 3
Gambar 1.2 Foto Ukuran pakaian 7 XL 6
Gambar 4.1 Tampilan akun instagram Xluno 36
Gambar 4.2 Profil akun Instagram Xluno 38
Gambar 4.3 Foto feed postingan Xluno 39
Gambar 4.4 Foto promosi *Content creation single post* 43
Gambar 4.5 Foto promosi *multi-side* 43
Gambar 4.6 Foto promosi *inspirasi outfit* 44
Gambar 4.7 Foto Promosi *video challenge* dan *trend* 45
Gambar 4.8 Foto Promosi *Instagram stories* 46
Gambar 4.9 Foto *content sharing story instagram* 47
Gambar 5.0 Foto *Content sharing* melalui *hastag* 48
Gambar 5.1 Foto *Content sharing live shopping* 49
Gambar 5.2 Foto *Connecting melalui live komentar* 51
Gambar 5.3 Foto *Connecting melalui Testimoni* 52
Gambar 5.4 Foto *Community building melalui video story* 53
Gambar 5.5 Foto *Community building melalui reels* 54
Gambar 5.6 Foto *Connecting melalui Highlight Story* 55
Gambar 5.7 Foto *Promosi penjualan* 56

Komunikasi Pemasaran.., Fadhillah Ramadhania, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekap data ukuran tubuh manusia 5
Tabel 1.2 Konversi ukuran baju 6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 9
Tabel 2.2 Kerangka berfikir 28
Tabel 3.1 Waktu penelitian 35

Komunikasi Pemasaran.., Fadhillah Ramadhania, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Biodata Mahasiswa
Lampiran II Panduan Wawancara
Lampiran III Transkrip Wawancara
Lampiran IV Tabel Reduksi Data
Lampiran V Dokumentasi
Lampiran VI Kartu Konsultasi
Lampiran VII Form Perbaikan Skripsi

Komunikasi Pemasaran.., Fadhillah Ramadhania, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025