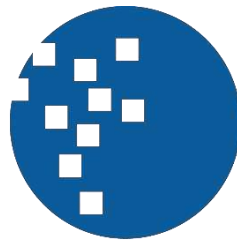


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL  
INDEPTH CO PADA PLATFORM INSTAGRAM DAN  
TIKTOK**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

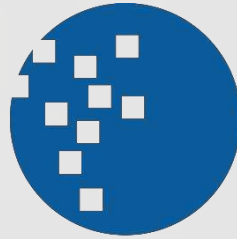
**Gabrielle Stepanie**

**0000051668**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL  
INDEPTH CO PADA PLATFORM INSTAGRAM DAN  
TIKTOK**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Gabrielle Stepanie**

**00000051668**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabrielle Stepanie

Nomor Induk Mahasiswa **0000051668**

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INDEPTH CO  
PADA PLATFORM INSTAGRAM DAN TIKTOK**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Juni 2024



Handwritten signature of Gabrielle Stepanie.

(Gabrielle Stepanie)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INDEPTH CO PADA PLATFORM INSTAGRAM DAN TIKTOK**

Oleh

Nama : Gabrielle Stepanie  
NIM : 00000051668  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Juni 2024  
Pukul 16.00 s.d 17.30 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

**Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M. Comm.**  
**NIDN 0317089201**

**Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si.**  
**NIDN 0327066402**

Pembimbing

**Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.**  
**NIDN 0331077503**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

**Cendera Rizky Anugrah Bangun S.Sos., M.Si.**  
**NIDN 0304078404**

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gabrielle Stepanie  
NIM : 00000051668  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial Indepth Co Pada Platform Instagram dan Tiktok

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia :

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Gabrielle Stepanie)

\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul: “Strategi Pemasaran Media Sosial Indepth Co pada Platform Instagram dan Tiktok” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm. dan Ibu Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si. selaku Ketua Sidang dan Dosen Penguji.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Gabrielle Stepanie)

# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL**

## **INDEPTH CO PADA PLATFORM INSTAGRAM DAN**

### **TIKTOK**

(Gabrielle Stepanie)

#### **ABSTRAK**

Melihat adanya perkembangan teknologi yang memberikan pengaruh pada upaya pemasaran produk, hal tersebut pun membuat para pelaku bisnis harus bisa mengoptimalkannya dengan baik. Penelitian ini memiliki fokus pada upaya dan melihat bagaimana strategi komunikasi pemasaran Indepth Co pada penjualan produk di media sosial. Indepth Co dijadikan objek penelitian karena merek tersebut merupakan sebuah merek pakaian yang unik karena komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk pelanggan yang menyukai K-Pop. Tujuan dari penelitian ini untuk menentukan strategi komunikasi pemasaran Indepth Co di media sosial dengan menggunakan perencanaan strategis oleh Tuten Solomon. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar dalam meningkatkan penjualan produk. Komunikasi pemasaran melalui media sosial sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada konsumen, yang berperan dalam membentuk citra produk dan membangun hubungan pelanggan yang baik, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan. Indepth Co memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Tiktok untuk memasarkan produknya, membuat konten yang menarik dengan memperhatikan tren yang sedang berlangsung, memasang iklan dengan pesan yang sudah ditetapkan, dan berkolaborasi dengan influencer untuk lebih menekankan pesan yang sudah ditetapkan oleh Indepth Co.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi, Pemasaran, Media Sosial

# ***SOCIAL MEDIA MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF INDEPTH CO ON INSTAGRAM AND TIKTOK PLATFORM***

(Gabrielle Stepanie)

## ***ABSTRACT***

*Seeing technological developments that have an influence on product marketing efforts, this also requires business people to be able to optimize them well. This research focuses on efforts and looks at Indepth Co's marketing communication strategy for product sales on social media. Indepth Co was used as the object of research because this brand is a unique clothing brand due to the marketing communications carried out for customers who like K-Pop. The purpose of this research is to determine Indepth Co's marketing communication strategy on social media using strategic planning by Tuten Solomon. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. The results of this research show that social media has a very big influence in increasing product sales. Marketing communication via social media is very important for conveying information to consumers, which plays a role in shaping product image and building good customer relationships, which ultimately increases sales. Indepth Co utilizes social media such as Instagram and Tiktok to market its products, create interesting content by paying attention to ongoing trends, place advertisements with predetermined messages, and collaborate with influencers to further emphasize the messages that have been established by Indepth Co.*

***Keywords:*** *Communication Strategy , Marketing, Social Media*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	6
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan .....	15
2.3 Alur Penelitian .....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	27
3.1 Paradigma Penelitian .....	27
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian .....	27
3.3 Metode Penelitian .....	27
3.4 Narasumber .....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6 Keabsahan Data .....	30
3.7 Teknik Analisis Data .....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	32

4.1	Objek Penelitian.....	32
4.2	Hasil Penelitian.....	33
4.3	Pembahasan .....	43
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		47
5.1	Simpulan.....	47
5.2	Saran .....	47
5.2.1	Saran Akademis .....	47
5.2.2	Saran Praktis .....	48
DAFTAR PUSTAKA.....		49
LAMPIRAN .....		53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indepth, Co. [@indepth.co]. (n.d.). Posts [indepth.co]. Retrieved October 1, 2023.....	4
Gambar 1.2 Indepth, Co. [@indepthco]. (n.d.). Posts [indepthco]. Retrieved October 1, 2023.....	5
Gambar 2.1 Persona Template for Planning Social Media Tactics.....	18
Gambar 2.2 Content Marketing Matrix.....	21
Gambar 2.3 Alur Penelitian Indepth Co.....	26
Gambar 4.1 Indepth, Co. [@indepthco]. (n.d.). Posts [indepthco]. Retrieved May 30, 2024.....	32
Gambar 4.2 Sumber : Instagram @indepth.co.....	38
Gambar 4.3 Sumber : Instagram Story @indepth.co.....	40
Gambar 4.4 Sumber : Tiktok @indepthco.....	42
Gambar 4.5 Indepth, Co. [@indepth.co]. (n.d.). Posts [indepth.co]. Retrieved June 4, 2024.....	42

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A Hasil Uji Turnitin .....	53
Lampiran B Form Bimbingan Skripsi... ..	64
Lampiran C Pertanyaan Wawancara .....	65
Lampiran D Transkrip Wawancara .....	68