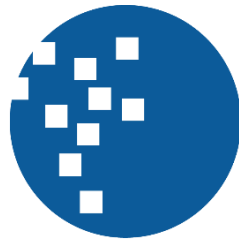


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
PERUSAHAAN *STARTUP COMPANY* DI INDUSTRI *E-  
CIGARETTES*: STUDI KASUS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
JAKARTA VAPERS**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

SKRIPSI

**Jerryvio Rustianto**

**00000046875**

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

**2025**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
PERUSAHAAN *STARTUP COMPANY* DI INDUSTRI *E-  
CIGARETTES*: STUDI KASUS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
JAKARTA VAPERS**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Jerryvio Rustianto**

**00000046875**

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

**2025**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jerryvio Rustianto

Nomor Induk Mahasiswa **00000046875**

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PERUSAHAAN  
STARTUP COMPANY DI INDUSTRI E-CIGARETTES: STUDI KASUS  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JAKARTA VAPERS**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Januari 2025



Handwritten signature of Jerryvio Rustianto.

Jerryvio Rustianto

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PERUSAHAAN STARTUP COMPANY DI INDUSTRI E-CIGARETTES: STUDI KASUS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JAKARTA VAPERS**

Oleh

Nama : Jerryvio Rustianto  
NIM : 00000046875  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 14 Januari 2025

Pukul 16.00 s.d 17.30 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Agus Kustiwa, S.Sos, M. Si**  
NIDN 0318118203

Penguji



**Mujiono Sandim, S.I.Kom., M.I.Kom.**  
NIDN 0315108802

Pembimbing



**Maria Advenita G. E., S.I.Kom., M.Si.**  
NIDN 0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed  
by Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
Date: 2025.01.25  
12:45:40 +07'00'

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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jerryvio Rustianto

NIM : 00000046875

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
DALAM PERUSAHAAN *STARTUP COMPANY* DI INDUSTRI *E-CIGARETTES*:  
STUDI KASUS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
JAKARTA VAPERS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (**pilih salah satu**):

- 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 bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- Lainnya, pilih salah satu:
  - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
  - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 20 Januari 2025



(Jerryvio Rustianto )

\* Pilih salah satu

\*\* 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 selesainya penulisan skripsi ini dengan judul: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PERUSAHAAN *STARTUP* COMPANY DI BIDANG *E-CIGARETTES*: STUDI KASUS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JAKARTA VAPERS dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman yang telah memberi dukungan dan semangat yang positif selama masa studi hingga penyusunan skripsi ini.
7. Para informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berharga bagi penelitian ini.

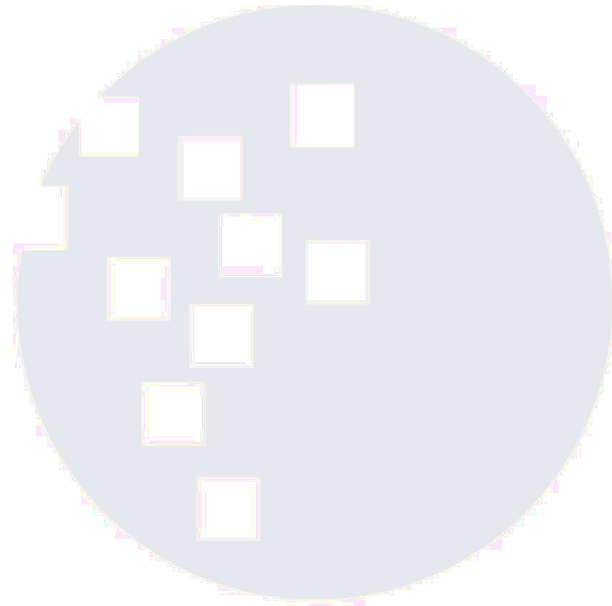
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan karya ini di masa mendatang. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi referensi yang berguna bagi Perusahaan *e-cigarettes* dalam melakukan

strategi komunikasi pemasarannya. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat.

Tangerang, 20 Januari 2025



Jerryvio Rustianto



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
PERUSAHAAN *STARTUP COMPANY* DI INDUSTRI *E-  
CIGARETTES*: STUDI KASUS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
JAKARTA VAPERS**

Jerryvio Rustianto

**ABSTRAK**

Pesatnya perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan media sosial telah membuka peluang baru bagi *startup* untuk bersaing di dunia bisnis, salah satunya dalam industri seperti *e-cigarettes*. Meskipun, media sosial menawarkan potensi besar untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan membangun kesadaran merek, tetapi masih ada ketidaksesuaian antara potensi ini dan implementasi yang terjadi di lapangan. Selain itu, terdapat kekurangan studi mengenai strategi komunikasi pemasaran *e-cigarettes*, meskipun investasi di media sosialnya yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Jakarta Vapers dalam platform media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara sebagai metode pengumpulan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Jakarta Vapers sebagai komunitas adalah strategi pembeda dengan kompetitor dan diferensiasi produk merupakan upaya inovasi yang dilakukan Jakarta Vapers. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Jakarta Vapers menerapkan strategi pembangunan komunitas, dan diferensiasi produk dan dikominasikan dengan strategi *soft-selling*. Penelitian ini menambah pengetahuan tentang strategi komunikasi pemasaran di industri *e-cigarettes*, yang masih sedikit dibahas dan hasil penelitian dapat digunakan oleh perusahaan *e-cigarettes* dan *startup* lain sebagai panduan dalam merancang dan menerapkan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, untuk meningkatkan keterlibatan merek dan penjualan.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran, *e-cigarettes*, *startup company*, dan media sosial.



**MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES IN STARTUP  
COMPANY WITHIN THE E-CIGARETTES INDUSTRY : A CASE  
STUDY OF JAKARTA VAPERS ON INSTAGRAM**

Jerryvio Rustianto

**ABSTRACT**

*The rapid advancement of digital technology and the increasing use of social media have opened new opportunities for startups to compete in the business world, including in the e-cigarette industry. While social media offers significant potential to enhance customer interaction and build brand awareness, there remains a disconnect between this potential and the actual implementation on the ground. Additionally, there is a lack of studies on marketing communication strategies for e-cigarettes, despite high investments in social media. This research aims to explore the marketing communication strategies employed by Jakarta Vapers on social media platforms. Using a qualitative approach and interviews as the data collection method, the findings reveal that Jakarta Vapers distinguishes itself from competitors through its community-based strategy, and product differentiation serves as an innovation effort. The study concludes that Jakarta Vapers implements community-building strategies and product differentiation, combined with soft-selling techniques. This research contributes to the understanding of marketing communication strategies in the e-cigarette industry, which is still underexplored. The findings can serve as a guide for e-cigarette companies and other startups in designing and implementing marketing communication strategies through social media, particularly Instagram, to enhance brand engagement and sales.*

**Keywords:** *Marketing communication strategies, e-cigarettes, startup company, and social media*

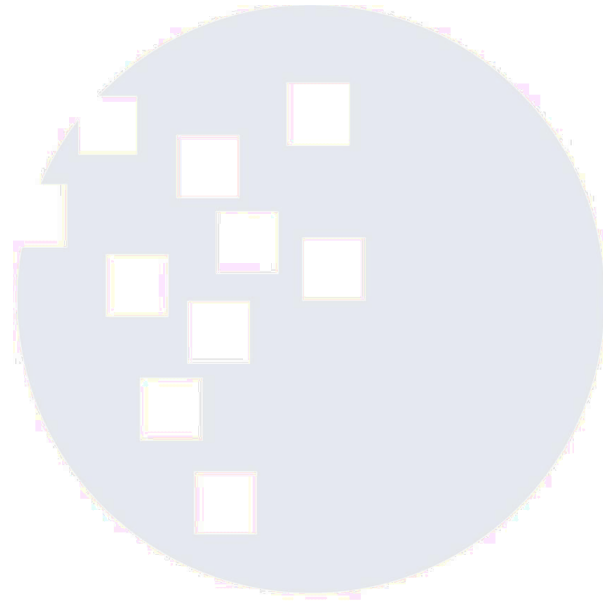
## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.1 Kegunaan Akademis .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.2 Kegunaan Praktis.....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Landasan Konsep .....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.2 Startup Company .....</b>	<b>35</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>38</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian .....</b>	<b>39</b>
<b>3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....</b>	<b>40</b>
<b>3.3 Metode Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>3.4 Partisipan .....</b>	<b>41</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>41</b>

3.6	Keabsahan Data.....	42
3.7	Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	Subjek dan Objek Penelitian.....	45
4.2	Hasil Penelitian .....	46
4.2.1	Gambaran umum Jakarta Vapers.....	46
4.2.2	Pertumbuhan <i>e-cigarettes</i> di Indonesia .....	47
4.2.3	Media sosial sebagai alat pemasaran <i>e-cigarettes</i> .....	48
4.2.4	Pesan Pemasaran Jakarta Vapers terhadap Konsumen.....	52
4.2.5	Inovasi Jakarta Vapers yang Berbeda dengan Kompetitor .....	54
4.2.6	Strategi Komunikasi Pemasaran Jakarta Vapers terkait Regulasi <i>e-cigarettes</i> .....	56
4.2.7	Harapan dari Industri <i>e-cigarettes</i> .....	57
4.3	Pembahasan .....	58
4.3.1	Media sosial menjadi media komunikasi efektif terkait <i>e-cigarettes</i> .....	58
4.3.2	<i>Sales promotion</i> menjadi strategi <i>promotional mix</i> yang efektif bagi <i>e-cigarettes</i> .....	59
4.3.3	Tahapan komunikasi Pemasaran menjadi hal yang penting sebelum melakukan strategi pemasaran .....	60
4.3.4	Jakarta Vapers sebagai Komunitas adalah Strategi Pembeda dengan Kompetitor .....	63
4.3.5	Diferensiasi Produk merupakan upaya inovasi yang dilakukan Jakarta Vapers .....	64
4.3.6	Kurangnya pemahaman Masyarakat terkait <i>e-cigarettes</i> menjadikan Jakarta Vapers mengkomunikasikan terkait <i>e-cigarettes</i> ...	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>67</b>
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran .....	67
5.2.1	Saran Akademis .....	67
5.2.2	Saran Praktis .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

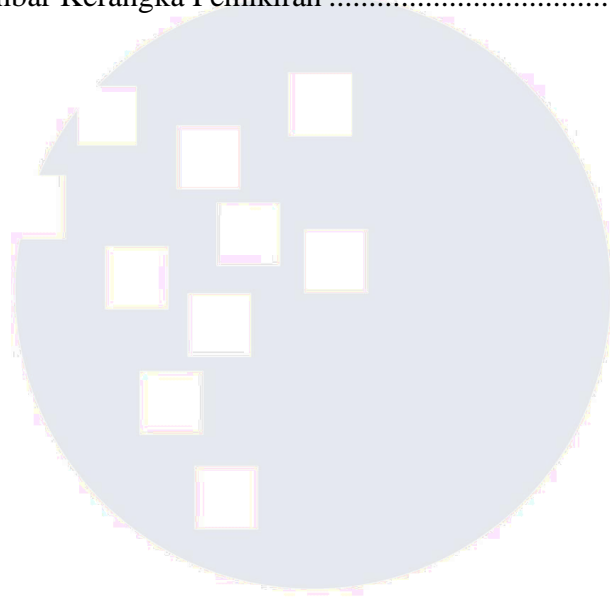
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.4.1 Daftar Partisipan.....	41



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

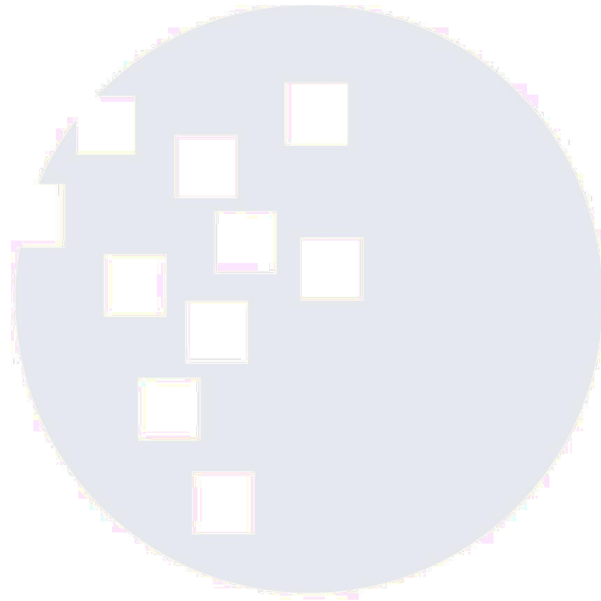
Gambar 1.1 Data pengguna aplikasi media sosial di Indonesia 2024 .....	2
Gambar 1.2 Profil Tokopedia Jakarta Vapers .....	4
Gambar 1.3 Profil Instagram Jakarta Vapers .....	5
Gambar 1.4 Profil Instagram Rookies.vapor .....	5
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Pemikiran .....	38



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin.....	74
Lampiran B Konsultasi <i>Form</i> .....	76
Lampiran C Lembar Persetujuan dan Transkrip.....	78



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA