

**IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI BENTUK
KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) KOTA BEKASI MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *FACEBOOK***

SKRIPSI

Oleh:

CITRA MALINDA ELVIRA

1771650040



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2024**

**IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI BENTUK
KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) KOTA BEKASI MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *FACEBOOK***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

CITRA MALINDA ELVIRA

1771650040



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2024**



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Citra Malinda Elvira

NIM : 1771650040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul "**IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOTA BEKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK**" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 11 Juli 2024



Citra Malinda Elvira



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
“IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI
PEMASARAN TERPADU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOTA
BEKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK”**

Oleh:

Nama : Citra Malinda Elvira

No. Induk Mahasiswa : 1771650040

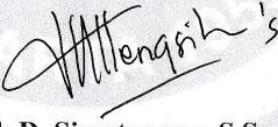
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

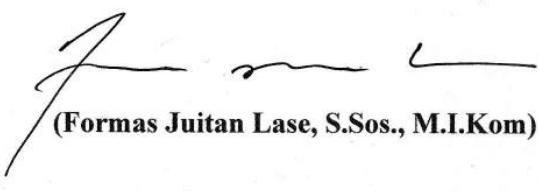
Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 11 Juli 2024

Pembimbing,


(Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si.)

Ketua Program Studi,


(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)

Dekan,


(Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Sc., S.c)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 1 Juli 2024 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Citra Malinda Elvira

NIM : 1771650040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**Implementasi Digital Marketing Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Terpadu Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)** Kota Bekasi Melalui Media Sosial **Instagram & Facebook**" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji

Jabatan

Tanda Tangan

1. Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.

Ketua

2. Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom.

Anggota

3. Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si.

Anggota

Jakarta, 11 Juli 2024



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Citra Malinda Elvira
Nomor Induk Mahasiswa : 1771650040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **“Implementasi Digital Marketing Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Terpadu Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Bekasi Melalui Media Sosial Instagram & Facebook”**

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam “Berita Acara Hasil Ujian Skripsi” pada tanggal 1 Juli 2024

Jakarta, 1 Juli 2024

Menyetujui:
Ketua Sidang/ Penguji I

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.)

Penguji II

(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom.)

Penguji III

(Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa	:	Citra Malinda Elvira
Nomor Induk Mahasiswa	:	1771650040
Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir	:	Skripsi
Judul Skripsi	:	IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOTA BEKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundungan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 11 Juli 2024
Yang menyatakan,



Citra Malinda Elvira

PRAKATA

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yesus Kristus, yang telah melimpahkan berkat, dan penyertaan-Nya sehingga penelitian skripsi dengan judul Implementasi *Digital Marketing* Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Terpadu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Bekasi Melalui Media Sosial *Instagram* dan *Facebook*. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak sebagai berikut:

1. Kedua orang tua, atas segala dukungan doa, semangat, maupun materi, serta kesempatan untuk menjalankan studi saya di Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, Jakarta
2. Abang dan kakak saya, atas dukungan dan bantuan materil dan juga doa yang selalu diberikan dalam pelaksanaan skripsi ini agar penulis dapat segera mendapatkan gelar sarjana.
3. Bapak Dr. Verdinand Robertua Siahaan, M.Soc.,Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia yang telah menyediakan fasilitas dan pelayanan terbaik selama penulis menimba ilmu di Fisipol Universitas Kristen Indonesia.
4. Ibu Formas Juitas Lase, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan pelayanan terbaik di Program Studi Ilmu Komunikasi.

5. Ibu Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan waktu, bimbingan, dan arahan ilmu yang sangat berarti selama pengerjaan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama perkuliahan berlangsung.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengaji yang telah memberikan masukan dan kritikan yang sangat membangun bagi penulisan skripsi penulis.
8. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia yang telah membrikan pelayanan terbaik untuk mahasiswa/i.
9. Selly Veronica, selaku sahabat saya yang selalu sedia memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Annisa Tri Handayani dan Yulianti Maranatha, selaku sahabat saya di kampus yang sudah banyak menemani penulis dari maba hingga sekarang. Selalu sedia membantu serta memberi dukungan untuk penulis dalam pengerjaan skripsi.
11. Felix Batara, Angelika Fiarona, Rika Oktaviani, Gabriela Pangasah, dan Pearlviona selaku teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi.
12. Geng Kerang Waring (Viola, Ale, Verdy, Matin, Satya, Tony) selaku teman-teman penulis dari bangku SMA hingga sekarang yang selalu memberikan semangat untuk penulis.
13. Pemprov Kota Bekasi, terkhusus narasumber yang telah bersedia menjadi informan dalam penulisan skripsi.
14. Keluarga besar Ilmu Komunikasi 2017 Univesitas Kristen Indonesia.

Doakan apa yang dikerjakan, kerjakan apa yang di Doakan.

“Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh harapannya pada Tuhan!” Yeremia 17:7.

Terima kasih atas semua dukungan dan doa yang telah diberikan kepada penulis. Mohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi yang disusun oleh penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis serta teman yang kelak akan melakukan penelitian.

Jakarta, Juni 2024

Citra Malinda Elvira



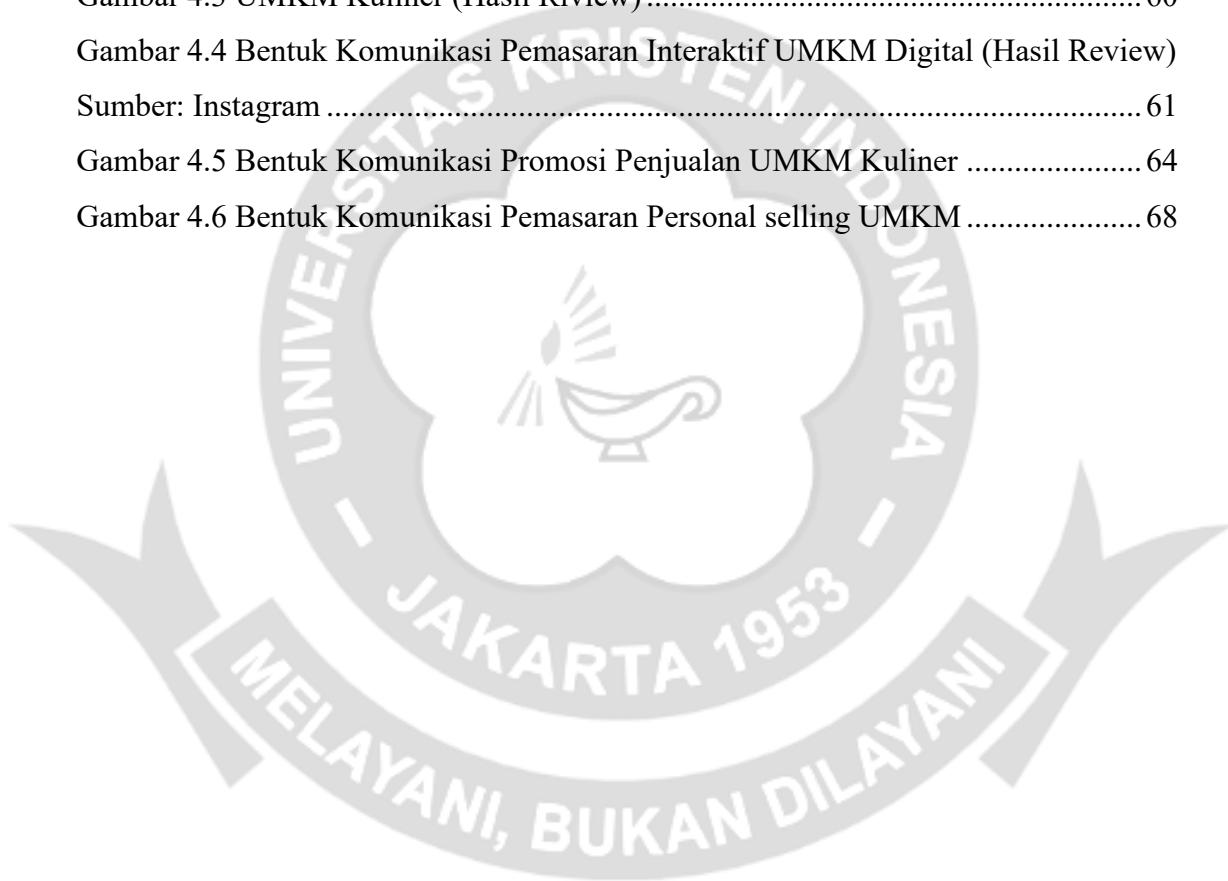
DAFTAR ISI

HALAMAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI	iv
HALAMAN LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PUBLIKASI.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Digital marketing	11
2.1.2 Media Sosial	14
2.1.3 Jenis Media Sosial	15
2.1.4 Karakteristik Media Sosial.....	17
2.1.5 Definisi Pemasaran Media Sosial (Social media marketing).....	19
2.1.6 Facebook Marketing	21
2.1.7 Instagram Marketing.....	23
2.1.8 Pemanfaatan Digital marketing oleh pelaku UMKM	29

2.1.9 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	32
2.2 Kerangka Teoritis	38
2.3 Kerangka Berpikir	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Pendekatan Penelitian.....	43
3.3 Metode Penelitian.....	44
3.4 Metode Pengambilan Informan.....	44
3.5 Sumber Data	45
3.6 Metode Pengumpulan Data	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.9 Keabsahan Data	48
BAB IV PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.2 Profil Informan	51
4.3 Hasil Analisis Data	52
4.4 Interpretasi Hasil Data.....	72
BAB V PENUTUP	75
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
DAFTAR LAMPIRAN	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Fan Page Facebook	23
Gambar 2.2 Profil Bisnis Instagram.....	27
Gambar 4.1 Bentuk Iklan UMKM Kuliner	56
Gambar 4.2 Bentuk Komunikasi Pemasaran Langsung UMKM Digital.....	58
Gambar 4.3 UMKM Kuliner (Hasil Riview)	60
Gambar 4.4 Bentuk Komunikasi Pemasaran Interaktif UMKM Digital (Hasil Review) Sumber: Instagram	61
Gambar 4.5 Bentuk Komunikasi Promosi Penjualan UMKM Kuliner	64
Gambar 4.6 Bentuk Komunikasi Pemasaran Personal selling UMKM	68



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Berpikir	41
Tabel 4.1 Tabel Analisis Data.....	71



ABSTRAK

Kini era digital akan memengaruhi semua tindakan manusia dan menjadi titik kunci berdasarkan dari segala aktivitas manusia, termasuk dalam kegiatan bisnis dan telah mengubah lingkup dunia pemasaran yang semula bersifat offline menjadi online. Pelaku usaha UMKM saat ini harus mampu menggunakan media digital untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, memiliki jaringan media sosial yang kuat untuk mengembangkan bisnis mereka sendiri. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui cara pelaku usaha UMKM Kota Bekasi dalam mengimplementasikan digital marketing dengan menggunakan bentuk komunikasi pemasaran terpadu dalam memasarkan produk. Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, menggunakan paradigma konstruktivisme, pengambilan informan menggunakan teknik purposive sampling. Terdapat enam bentuk bauran komunikasi pemasaran terpadu yakni, iklan, pemasaran langsung (direct marketing), promosi penjualan (sales promotion), pemasaran interaktif (interactive marketing), hubungan masyarakat, dan penjualan pribadi (personal selling). Studi ini menunjukkan bahwa penggunaan metode komunikasi pemasaran terpadu penting dan relevan dengan tuntutan setiap pelaku usaha UMKM di Kota Bekasi, khususnya melalui penggunaan pemasaran digital untuk menjual produk. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memaksimalkan fungsi bentuk komunikasi pemasaran terpadu melalui media sosial menggunakan pemasaran digital dalam memasarkan produk, serta memberikan informasi bagaimana menerapkan komunikasi pemasaran terpadu dalam bisnisnya, khususnya sebagai bidang teknologi informasi kemajuan jaman.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, *Digital marketing*, UMKM

ABSTRACT

Now the digital age will affect all human actions and become a key point based on all human activities, including business activities and has changed the scope of the marketing world from offline to online. Today's MSME business actors must be able to use digital media to increase consumer awareness of products, have a strong social media network to develop their own business. This research aims to understand how Bekasi City MSME business actors implement digital marketing by using a form of integrated marketing communication in marketing products. This research uses the Integrated Marketing Communication Theory. The method applied in this study is descriptive qualitative, using the constructivism paradigm, taking informants using purposive sampling techniques. There are six forms of integrated marketing communication mix, namely, advertising, direct marketing, sales promotion, interactive marketing, public relations, and personal selling. This study shows that the use of integrated marketing communication methods is important and relevant to the demands of every MSME business actor in Bekasi City, especially through the use of digital marketing to sell products. The findings of this research are expected to maximize the function of integrated marketing communication through social media using digital marketing in marketing products, as well as provide information on how to implement integrated marketing communication in their business, especially as the field of information technology of the times.

Keywords: *Integrated Marketing Communication, Digital marketing, UMKM.*