

**ANALISIS POLA KOMUNIKASI PRAKTIK JASA TITIP BELI *ONLINE*
PADA AKUN INSTAGRAM @TOKOUNIONJACK DALAM
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN**

SKRIPSI

**Oleh
AGNES FILIA DERA DEODATA
1871650042**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**

**ANALISIS POLA KOMUNIKASI PRAKTIK JASA TITIP BELI *ONLINE*
PADA AKUN INSTAGRAM @TOKOUNIONJACK DALAM
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN**

SKRIPSI

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

Oleh

AGNES FILIA DERA DEODATA

1871650042



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

2023



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang – Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Pws. 3461. Faks (021) 80886884
Email: frisipol@uki.ac.id, sekretariatfrisipol@gmail.com, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agnes Filia Dera Deodata

NIM : 1871650042

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis akhir yang berjudul **"ANALISIS POLA KOMUNIKASI PRAKTIK JASA TITIP BELI *ONLINE* PADA AKUN INSTAGRAM @TOKOUNIONJACK DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN"** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir 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.

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

Jakarta, 16 Juni 2023



Agnes Filia Dera Deodata



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

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISIS POLA KOMUNIKASI PRAKTIK JASA TITIP BELI ONLINE PADA AKUN
INSTAGRAM @TOKOUNIONJACK DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN**

Oleh :

Nama : Agnes Filia Dera Deodata
NIM : 1871650042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : *Public Relations*

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, 16 Juni 2023
Menyetujui:

Pembimbing

Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.
NIDN. 0327046804

Ketua Program Studi

Formas Juitan Lase, M.I.Kom

NIDN. 03066108902

Dekan

Dr. Verdinand Robertus, S.SOS., M.Soc.Sc



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

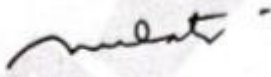
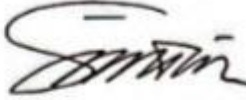
Jl. Mayjen Sutoyo No 2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Pada tanggal 4 Juli 2023 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Agnes Filia Dera Deodata
NIM : 1871650042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "ANALISIS POLA KOMUNIKASI PRAKTIK JASA TITIP BELI *ONLINE* PADA AKUN INSTAGRAM @TOKOUNIONJACK DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN " oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Dr. Melati Mediana Tobing, ST., S.I.Kom., M.Si.	Sebagai Ketua	
2. Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A	Sebagai Anggota	
3. Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.	Sebagai Pembimbing	

Jakarta, 10 Juli 2023



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No 2, Cawang - Jakarta, 13630 Ind
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021)
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Agnes Filia Dera Deodata
NIM : 1871650042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : ANALISIS POLA KOMUNIKASI PRAKTIK JASA
TITIP BELI *ONLINE* P ADA AKUN INSTAGRAM
@TOKOUNIONJACK DALAM MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi
sebagaimana tertulis dalam "Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 4 Juli 2023

Jakarta, 10 Juli 2023

Ketua Sidang/Penguji I

(Dr. Melati Mediana Tobing, ST., S.I.Kom., M.Si.)

NIDN 0301067403

Penguji II

Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A

NIDN 0323088703

Penguji III

Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.

NIDN 0327046804

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Formas Juitan Lase, M.I Kom

NIDN. 03066108902



Pernyataan dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agnes Filia Dera Deodata
NIM : 1871650042
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : ANALISIS POLA KOMUNIKASI PRAKTIK JASA
TITIP BELI *ONLINE* P ADA AKUN INSTAGRAM
@TOKOUNIONJACK DALAM MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN

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 Non Eksklusif 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 penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-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.

Dibuat di Jakarta



Agnes Filia Dera Deodata
1871650042

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “ANALISIS POLA KOMUNIKASI PRAKTIK JASA TITIP BELI *ONLINE* PADA AKUN INSTAGRAM @TOKOUNIONJACK DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN” tepat pada waktunya. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.

Di kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait demi melancarkan proses penulisan proposal penelitian. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas karunia dan berkat-Nya peneliti diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi.
2. Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc.Sc selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia.
4. Singgih Sasongko, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu berkenan untuk membantu, mendukung dan menyediakan waktu dalam membimbing peneliti selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A. selaku dosen pembimbing akademik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia yang telah memberikan waktu dan ilmu bermanfaat kepada seluruh mahasiswa dan mahasiswi Angkatan 2018.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi UKI 2018 yang memberikan dorongan untuk peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

8. Sahabat peneliti yang telah memberikan dukungan dan doa serta membantu peneliti dalam proses penyelesaian skripsi.
9. Bapak (alm) dan Mama, Kakak Caesar, Kakak Fritz, Kakak Kenny, dan Kakak Viona yang telah memberikan doa dan dukungan untuk peneliti dalam menyelesaikan tugas skripsi dengan baik.
10. Untuk diri sendiri karena sudah berjuang untuk tetap semangat dan kuat dalam menghadapi segala rintangan dan hambatan yang terjadi dalam kehidupan sehingga dapat diselesaikannya tugas skripsi ini dengan baik.

Akhir kata, peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Mohon maaf apabila ada kesalahan penulisan. Sekian dan terima kasih.

Peneliti

Agnes Filia Dera Deodata



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Batasan Masalah.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Pola Komunikasi	10
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.1. Definisi Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2.3. Media Sosial	14
2.3.1. Definisi Media Sosial	14
2.3.2. Fungsi Media Sosial	15
2.3.3. Jenis Media Sosial	17
2.3.4. Pemasaran Media Sosial.....	17

2.3.5. Instagram	18
2.4. Jasa Titip Beli <i>Online</i>	20
2.5. Kepercayaan Konsumen.....	22
B. Kerangka Berpikir.....	24
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1. Paradigma Penelitian.....	26
3.1.1. Paradigma Konstruktivisme	26
3.2. Metode Penelitian Kualitatif.....	27
3.3. Metode Penelitian	27
3.3.1. Deskriptif Kualitatif.....	28
3.4. Metode Pengambilan Informan.....	28
3.5. Sumber Data	29
3.5.1 Data Primer Kualitatif	29
3.5.2 Data Sekunder Kualitatif	29
3.6. Metode Pengumpulan Data	30
3.6.1 Wawancara.....	30
3.6.2 Memilih Informan Wawancara	30
3.7. Teknik Analisis Data.....	33
3.8. Teknik Interpretasi Data	34
3.9. Keabsahan Data	34
BAB IV	35
PEMBAHASAN.....	35
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2. Penyajian dan Hasil Analisis Data	43
4.2.1. Pola Komunikasi	51
4.2.2. Kepercayaan Konsumen	63
4.3. Interpretasi Hasil Data	73
BAB V.....	74
PENUTUP	74
5.1 KESIMPULAN	76
5.2 SARAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79

LAMPIRAN	81
DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA	81
TRANSKRIP WAWANCARA	83
TABEL CODING	99
BUKTI FOTO WAWANCARA DENGAN INFORMAN.....	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh tampilan Instagram.....	18
Gambar 2. Contoh Instagram Feed.....	20
Gambar 3. Logo Toko Union Jack.....	35
Gambar 4. Profil WA Toko.....	36
Gambar 5. Chat Toko Union.....	36
Gambar 6. Feeds Instagram Toko.....	37
Gambar 7. Produk-Produk.....	37
Gambar 8. Instagram Story Toko.....	39
Gambar 9. Instagram Story Toko.....	39
Gambar 10. Highlight Toko Union Jack.....	40
Gambar 11. Testimoni Toko.....	40
Gambar 12. Testimoni Toko.....	40
Gambar 13. Resi Toko.....	41
Gambar 14. Aturan Toko.....	42
Gambar 15. Pengemasan Produk.....	42
Gambar 16. Instagram Reels Toko.....	43
Gambar 17. Aktivitas Harian @tokounionjack.....	44
Gambar 18. Tampilan Toko.....	47
Gambar 19. Tampilan Produk.....	47
Gambar 20. Kolom Komentar.....	49
Gambar 21. DM Penjual dan Pembeli.....	52
Gambar 22. Contact Toko.....	52
Gambar 23. Chat melalui WA.....	53
Gambar 24. Informasi Transaksi.....	54
Gambar 25. Bukti Pembayaran.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2 Pola Komunikasi Penjual dan Pembeli.....	74
--	----



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Peningkatan Jumlah Followers.....	45
--	----



ABSTRAK

Pola komunikasi pada akun instagram @tokounionjack ada tiga jenis, yaitu pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder dan pola komunikasi sirkular. Pola komunikasi tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan agar pihak lain mendapatkan informasi yang sesuai. Sebagai akun bisnis di instagram, @tokounionjack melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen menjadi pondasi utama agar bisnis jasa titip beli diminati oleh masyarakat luas.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, dimana paradigma ini memandang bahwa kebenaran dari suatu realitas sosial dapat dilihat sebagai hasil dari konstruksi sosial dan bersifat relatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu bagaimana sebuah pendekatan dapat mengungkapkan makna dari konten komunikasi yang ada sehingga hasil-hasil penelitian yang diperoleh berhubungan pemaknaan dari sebuah proses komunikasi yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana metode penelitian ini memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif kerap digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. Metode pengumpulan dalam penelitian ini dengan cara observasi dan wawancara.

Hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara terhadap responden yang berjumlah 6 orang, berbagai macam pernyataan yang diberikan responden menyebutkan bahwa adanya pernyataan positif dari 5 responden dan satu lainnya memberikan pernyataan negatif terhadap pola komunikasi pada akun instagram @tokounionjack. Hampir semua responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan serta komunikasi yang terjadi berjalan dengan baik. Adanya bukti terjadinya peningkatan jumlah followers pada akun isntagram @tokounionjack menjadi bukti bahwa telah terjadi peningkatan kepercayaan konsumen dari tahun 2020 sampai pada tahun 2023.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Kepercayaan Konsumen, Toko Union Jack

ABSTRACT

There are three types of communication patterns on the Instagram @tokounionjack account, namely primary communication, secondary communication and circular communication. These methods of communication are used to deliver messages so that the other party gets the appropriate information. As a business account on Instagram, @tokounionjack makes various efforts to boost consumer confidence. Consumer confidence becomes the primary foundation for business services to be purchased by the general public.

In this study, the researchers used the paradigm of constructivism, where this paradigm sees that the truth of a social reality can be seen as a result of social construction and is relative. This research uses a qualitative approach that is how an approach can reveal the meaning of the communication content that exists so that the results of the research obtained are related to the digestion of a communication process that occurs. This research uses qualitative descriptive methods, where these research methods use qualitational data and are described descriptively. The type of qualitative descriptive research is often used to analyze social events, phenomena, or circumstances. Methods of collection in this research by means of observation and interview.

The results of the study based on observations and interviews of 6 respondents, various statements given by respondents mentioned that the presence of positive statements from 5 respondents and another gave a negative statement to the communication pattern on the instagram account @tokounionjack. Almost all respondents stated that the service provided and the communication that occurred went well. There is evidence of an increase in the number of followers on the isntagram @tokounionjack account as proof that there has been a rise in consumer confidence from 2020 to 2023.

Keywords: Communication Patterns, Consumer Confidence, Union Jack Stores