

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND LOKAL  
*SHIIT IMAGINATION* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:  
Risky Andika  
2051045**



**UNIVERSITAS BATURAJA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
BATURAJA  
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND LOKAL  
SHIIT IMAGINATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Panitia Sidang Ujian Sarjana  
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**OLEH:  
Risky Andika  
2051045**



**UNIVERSITAS BATURAJA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
BATURAJA  
2023**

## ABSTRAK

**Risky Andika, NPM 2051045, “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND LOKAL SHIIT IMAGINATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN” Skripsi (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Baturaja. Dibawah bimbingan Merita Auli,M.I.Kom sebagai pembimbing I dan Puspita Devi,M.Pd sebagai pembimbing II.**

Komunikasi pemasaran sangat lah penting bagi salah satu pelaku usaha. Dengan menggunakan media sosial instagram para pelaku usaha memasarkan produk mereka. Salah satunya usaha yang melakukan pemasaran melalui media sosial instagram yaitu Shiit Imagination. Dalam mencapai suatu kesuksesan Shiit Imagination telah menyiapkan beberapa strategi komunikasi pemasaran agar dapat meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran @Shiit\_imagination dalam meningkatkan minat beli konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori perencanaan teori ini menggunakan tiga tingkatan mulai dari tujuan sosial, meta goals, ingatan kerja. Tujuan sosialnya adalah memperkenalkan brand lokal shiit imagination melalui media sosial instagram dan memperkenalkan produknya secara langsung di beberapa event caffe-caffe, meta tujuannya adlaah dengan melakukan sosialisasi dimedia instagram dan menggunakan jasa endorse, serta menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dalam acara, , dalam ingatan working rencana yang memiliki dampak yang baik adalah rencana sosialisasi dan kerjasama menjadi sponsor namun, ada pula rencana yang mengalami kendala seperti masih minimnya pengetahuan tentang brand lokal shiit imagination. Hasil penelitian ini komunikasi pemasaran pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan komunikasi dalam mencapai suatu tujuan tertentu, untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif, seorang yang melaksanakan strategi komunikasi pemasran wajib memiliki pemahaman tentang sifat komunikasi dan pesan. Shiit Imagination menggunakan strategi komunikasi pemasaran berupa pemanfaatan promosi dimedia sosial instagram dan juga memperkenalkan produk secara langsung event di caffe dan menggunakan jasa endorse sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen dan banyak acara lain agar dapat dikenal oleh calon konsumen kota Baturaja,. meski tidak semua rencana yang dilakukan mencapai target yang di inginkan.

***Kata kunci :Komunikasi Pemasaran, Instagram, Teori Perencanaan***

## **ABSTRACT**

***Risky Andika, NPM 2051045," marketing communication strategy of local BRAND SHIIT IMAGINATION through INSTAGRAM social MEDIA in increasing consumer buying interest " thesis (S-1) Communication Studies Program, Faculty of social and Political Sciences, Baturaja University. Under the guidance of Merita Auli, M.I.Kom as supervisor I and Puspita Devi, M.Pd as supervisor II.***

*Marketing communication is very important for one of the business actors. By using social media instagram businesses market their products. One of the businesses that do marketing through instagram social media is Shiit Imagination. In achieving a success Shiit Imagination has prepared several marketing communication strategies in order to increase consumer buying interest. This study aims to determine the marketing communication strategy @Shiit\_imagination in increasing consumer buying interest. The research methods used in this study using qualitative research with a descriptive approach and data collection techniques through interviews and documentation. In this study researchers use the theory of planning this theory uses three levels ranging from social goals, meta goals, working memory. Instagram social purpose is to introduce the local brand shiit imagination through social media instagram and introduce its products directly in some Caffe-caffe events, meta goal is to socialize Instagram media and use endorse services, as well as establish cooperation with various parties in the event,, in memory of working plans that have a good impact is the plan of socialization and cooperation to become sponsors however, there are also plans that experience obstacles such as still lack of knowledge about the local brand shiit imagination. The results of this study marketing communication is essentially a communication planning in achieving a specific goal, to achieve effective communication goals, a person who implements marketing communication strategies must have an understanding of the nature of communication and messages. Shiit Imagination using marketing communication strategies in the form of utilization of social media promotion instagram and also introduce products directly Caffe event and use the services of endorse so that it is expected to increase consumer buying interest and many other events in order to be known by prospective consumers Baturaja,. although not all plans are carried out to achieve the desired target.*

***Keywords: Marketing Communication, Instagram, Planning Theory***

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi dengan judul: **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND LOKAL SHIT IMAGINATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN.**

Adalah benar dibuat oleh saya sendiri dan tidak dibuatkan oleh orang lain ataupun hasil plagiat skripsi orang lain yang dilindungi oleh hak cipta kecuali secara tertulis diajukan dalam skripsi ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku dan dianulir gelar sarjananya.

**Baturaja, 09 Desember 2023**

**Yang Membuat Pernyataan**



**RISKY ANDIKA**  
**NPM. 2051045**



**UNIVERSITAS BATURAJA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Ki RatuPenghuluKarang Sari No.02301 Telepon (0735) 326122

Fax. (0735)321822 Baturaja – 32115 OKU Sumatera Selatan

Email:[komunikasifisipunbara@gmail.com](mailto:komunikasifisipunbara@gmail.com) Website: [www.komunikasi.unbara.ac.id](http://www.komunikasi.unbara.ac.id)

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND  
LOKAL SHIT IMAGINATION MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEINGKATKAN  
MINAT BELI KONSUMEN**

**PENYUSUN : RISKY ANDIKA**

**NPM : 2051045**

**Baturaja, 09 Desember 2023**

**Persetujuan Pembimbing**

**Pembimbing I**

**Merita Auli, M.I.Kom**  
**NIDN. 0205047904**

**Pembimbing II**

**Puspita Devi, M.Pd**  
**NIDN. 0201028703**

**Mengetahui,**  
**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Dian Novitasari, M.I.Kom**  
**NIDN. 0206118902**



**UNIVERSITAS BATURAJA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Ki RatuPengkuluKarang Sari No.02301 Telepon (0735) 326122

Fax. (0735)321822 Baturaja – 32115 OKU Sumatera Selatan

Email:[komunikasifisipunbara@gmail.com](mailto:komunikasifisipunbara@gmail.com) Website: [www.komunikasi.unbara.ac.id](http://www.komunikasi.unbara.ac.id)

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul: **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND LOKAL SHIT IMAGINATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN**, disusun oleh Risky Andika, NPM: 2051045, telah disetujui dan dipertahankan dalam sidang ujian skripsi pada hari Sabtu, 09 Desember 2023 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Baturaja, telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

**Baturaja, 09 Desember 2023**

**PENGUJI SIDANG SKRIPSI/SARJANA**

1. Penguji I/ Ketua  
Merangkap Anggota

: Merita Auli, M.I.Kom

2. Penguji Utama

: Dr, Hendra Alfani, M.I.Kom

3. Penguji II/ Sekretaris  
Merangkap Anggota

: Puspita Devi, M.Pd

**Tanggal Lulus**

**: 09 Desember 2023**

**Menyetujui/Mengesahkan**  
**Dekan FISIP**

  
**Septiana Wulandari, M.I.Kom**  
**NIDN. 0205098304**



**UNIVERSITAS BATURAJA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Ki RatuPengkuluKarang Sari No.02301 Telepon (0735) 326122  
Fax. (0735)321822 Baturaja – 32115 OKU Sumatera Selatan

Email:[komunikasifisipunbara@gmail.com](mailto:komunikasifisipunbara@gmail.com) Website: [www.komunikasi.unbara.ac.id](http://www.komunikasi.unbara.ac.id)

**PENGESAHAN HASIL UJIAN SIDANG SKRIPSI/SARJANA**

Telah Diujikan Dan Dipertahankan Dalam Ujian Sidang Sarjana  
Di Hadapan Tim Penguji Skripsi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Baturaja  
Diterima Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).  
Pada Hari Sabtu, 09 Desember 2023

1. Penguji I/ Ketua  
Merangkap Anggota

: Merita Auli, M.I.Kom

2. Penguji Utama

: Dr. Hendra Alfani, M.I.Kom

3. Penguji II/ Sekretaris  
Merangkap Anggota

: Puspita Devi, M.Pd

**Menyetujui/Mengesahkan**  
**Dekan FISIP**

**Septiana Wulandari, M.I.Kom**

**NIDN. 0205098304**





**UNIVERSITAS BATURAJA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Ki RatuPenghuluKarang Sari No.02301 Telepon (0735) 326122  
Fax. (0735)321822 Baturaja – 32115 OKU Sumatera Selatan

Email:komunikasifisipunbara@gmail.com Website: [www.komunikasi.unbara.ac.id](http://www.komunikasi.unbara.ac.id)

**PENGESAHAN PERBAIKAN HASIL SIDANG SKRIPSI/SARJANA**

**NAMA** : RISKY ANDIKA  
**NPM** : 2051045  
**JUDUL SKRIPSI** : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
BRAND LOKAL SHIT IMAGINATION  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI  
KONSUMEN


1. Penguji I/ Ketua  
Merangkap Anggota : Merita Auli, M.I.Kom

2. Penguji Utama : Dr. Hendra Alfani, M.I.Kom

3. Penguji II/ Sekretaris  
Merangkap Anggota : Puspita Devi, M.Pd

**Menyetujui/Mengesahkan**  
**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



  
**Dian Novitasari, M.I.Kom**  
**NIDN./020611890**

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Baturaja, pada tanggal 19 September 2001. Putra Pertama dari pasangan Bapak Eriek Naldian dan Ibu Anita

### **I. Identitas Pribadi**

Nama : Risky Andika  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Tinggi/Berat : 170cm/60kg  
Alamat : Jl. Prof. Dr. Hamka Sukaraya NO 133B  
No Handphone : 0895357202070  
E-mail : andikarisky124@gmail.com

### **II. Riwayat Pendidikan Formal**

1. SD Negeri 05 Ogan Komering Ulu Lulus Tahun 2014
2. SMP Negeri 02 Ogan Komering Ulu Lulus Tahun 2017
3. SMK SENTOSA BHAKTI Ogan Komering Ulu Lulus Tahun 2020
4. Universitas Baturaja Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Lulus Tahun 2024

## MOTTO

- ❖ *“Cukuplah allah menjadi penolong kami dan allah adalah sebaik-baiknya pelindung”*
- ❖ *“Perubahan Harus Dijemput, Tidak Bisa Ditunggu”*
- ❖ *“ Jika Kamu Tidak Mengambil Resiko, Kamu tidak Dapat Menciptakan Masa Depan” (Monkey D Luffy)*

## PERSEMBAHAN

*Dengan mengucap Alhamdulillah, penuh rasa syukur kepada Allah SWT. Saya persembahkan karya tulis ini dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang untuk:*

- *Kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.*
- *Ibu saya Anita yang tidak pernah hentinya memberikan semangat , doa, nasihat, berjuang dan kasih yang tulus serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga saya menjadi kuat menjalani rintangan dan pelajaran kehidupan, dan kepada ayah saya Eriek Naldian yang telah mendukung saya .*
- *Kepada adik ku Rara Febrika yang selalu berjuang dan terus memberikan nasihat dan semangat kepada saya.*
- *Terimakasih untuk Bibik Antia , Ha Yan, Om Dede dan semua keluarga besar yang tidak bisa Saya sebutkan satu persatu, berkat doa dan motivasi telah diberikan saya bisa berada di titik sekarang.*
- *Kedua dosen pembimbingku yang telah meluangkan waktu, dengan penuh kesabaran membimbing dan memberi masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.*
- *Seluruh teman seperjuangan, Sahdi Roy Akbar, Meiwan St, Hafiz Pratama, Deo Sampanah, Mergi cahyoni, M.Iqbal Azzahri ,Jhorgi Adhitama Pusbara, dan Seluruh teman seperjuangan komunikasi 2020, Teman-teman HIMAKOM 2019-2020, dan beberapa Alumni HIMAKOM UNBARA, yang telah memberi bantuan dalam bentuk, fasilitas, semangat, waktu dan tenaga hingga skripsi ini dapat terselesaikan tak lain dari bantuan kalian semua.*

*Serta untuk almamater tercinta Universitas Baturaja Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Lokal Shiit Imagination Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen”** Penulis skripsi ini untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada jenjang strata satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja. Penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi penelitian ini. Usaha-usaha tersebut tidak terlepas dari arahan dan bimbingan dari pihak lain. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih yang tulus dan penghargaan yang besar kepada Bapak/Ibu :

1. Ir. Linda Wati, M.Z M.T selaku Rektor Universitas Baturaja, terima kasih telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Baturaja.
2. Yunizir Djakfar, S.Sos M.I.P selaku Wakil Rektor I Universitas Baturaja
3. Dr. Rini Efrianti, M.Si selaku Wakil Rektor II Universitas Baturaja
4. Septiana Wulandari, M.I.Kom selaku Dekan FISIP Universitas Baturaja
5. Rahmat Saleh, M.I.P, M.M selaku Wakil Dekan I FISIP Universitas Baturaja.
6. Bianca Virgiana, M.I.Kom selaku Wakil Dekan II FISIP Universitas Baturaja
7. Dian Novita Sari, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja
8. Khairunissa, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja
9. Merita Auli, M.I.Kom Selaku Pembimbing I yang telah memberi banyak saran dan masukan dan juga telah membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Dr, Hendra Alfani, M.I.Kom Selaku penguji yang banyak member masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini

11. Puspita Devi, M.Pd selaku pembimbing II yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini
12. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Baturaja beserta stafnya.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca umumnya serta rekan-rekan mahasiswa lainnya.

Wassalamualaikum.wr.wb.

Baturaja, 09 Desember 2023  
Penulis.

**RISKY ANDIKA**  
**NPM. 2051045**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN HASIL UJIAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>PENGESAHAN PERBAIKAN HASIL SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Pengertian Komunikasi .....	10
2.3. Media Sosial .....	15
2.4. Instagram .....	17
2.5. Komunikasi Pemasaran .....	21
2.6. Bauran Pemasaran .....	27
2.7. Promosi.....	30
2.8. Konsep minat .....	31
2.9. Teori Perencanaan .....	33
2.10. Kerangka Pemikiran.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1. Paradigma Penelitian.....	38

3.2.	Metode Penelitian.....	39
3.3.	Objek Penelitian.....	40
3.4.	Informan Penelitian.....	41
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.6.	Jenis Data.....	43
3.7.	Teknik Analisis Data.....	44
3.8.	Teknik Keabsahan Data.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>48</b>
4.1.	Sejarah Singkat Shiit Imagination .....	48
4.2.	Deskripsi Narasumber .....	49
4.3.	Hasil Penelitian .....	50
4.4.	Analisis Hasil Penelitian.....	65
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>73</b>
5.1.	Kesimpulan.....	73
5.2.	Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Endorse di Akun @Streetwearindonesia.....	51
Gambar 4.2. Profil Instagram @Shiit_imagination .....	52
Gambar 4.3. Shiit Imagination Mengenalkan Produknya Dicaffe.....	53
Gambar 4.4. Foto Produk Menggunakan Model.....	54
Gambar 4.5. Foto Produk Shiit Imagination .....	54
Gambar 4.6. Insight Diakun Instagram @Shiit_imagination.....	55
Gambar 4.7. Pemenang Giveaway.....	57
Gambar 4.8. Testimoni Konsumen.....	58
Gambar 4.9. Respon Owner .....	62

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 1.1. Informan Penelitian .....	41

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....	37
------------------------------------	----

