

**ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI VAPOR MELALUI
INSTAGRAM @WHOLESALEVAPEBOSS.ID**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

AMADEA NALINI INNURSHAFIA

1423018216

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2021

SKRIPSI

ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI VAPOR MELALUI INSTAGRAM @WHOLESALEVAPEBOSS.ID

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

AMADEA NALINI INNURSHAF A

1423018216

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2021

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Amadea Nalini Innurshafa

NRP : 1423018216

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Analisis Isi Strategi Promosi Vapor Melalui Instagram @Wholesalevapeboss.Id

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 29 November 2021

Penulis



Amadea Nalini Innurshafa

NRP.1423018216

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI VAPOR MELALUI INSTAGRAM @WHOLESALEVAPEBOSS.ID

Oleh:

Amadea Nalini Innurshafa

NRP.1423018216

Proposal skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan proposal skripsi untuk diajukan ke tim penguji proposal skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. ()

NIDN. 0630077303

Pembimbing II : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. ()

NIDN. 0715108903

Surabaya, 29 November 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada : 16 Desember 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu
Komunikasi

Dekan,



Brigitta Revia Sandy
Fiesta, S.I.Kom.,
M.Med.Kom

NIK. 142150849

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.

()

NIDN. 0726126602

2. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

()

NIDN. 0630077303

3. Anggota : Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom.

()

NIDN. 0707078607

4. Anggota : Brigitta Revia Sandy Fiesta, S.I.Kom.,M.Med.Kom. ()

NIDN. 0715108903

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKMS) :

Nama : Amadea Nalini Innurshafa

NRP : 1423018216

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **Analisis Isi Strategi Promosi Vapor Melalui Instagram @Wholesalevapeboss.Id**
Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 November 2021

Yang menyatakan,



Amadea Nalini Innurshafa

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang Allah yang telah memberikan penulis kekuatan, serta membekali penulis dengan ilmu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Segala hambatan serta tantangan yang dihadapi oleh peneliti tidak mampu terselesaikan tanpa adanya campur tangan Allah SWT. Peneliti juga sangat berterima kasih kepada orang tua peneliti dan saudara peneliti yang selalu memberi dukungan melalui doa dan motivasi yang tanpa henti. Tidak lupa, peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada dosen pembimbing yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Peneliti sangat bersyukur dengan semua dukungan serta bimbingan dari pihak-pihak yang terlibat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini, peneliti persembahkan kepada seluruh pihak yang sudah turut serta dalam membantu peneliti selama pembuatan skripsi ini.

“Jadikanlah sabar dan sholatmu, Sebagai penolongmu. Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dalam waktu 3,5 tahun. Tujuan pembuatan skripsi ini yaitu untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Adanya dukungan semangat, doa serta bantuan bimbingan yang peneliti dapatkan sehingga skripsi ini berjalan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan penuh kepada peneliti yaitu:

1. Kepada kedua orang tua yang peneliti sayangi dan cintai, terima kasih untuk Mami Nur Hayati, S.T dan Papa Drs. Inarso Widodo, yang selalu mendoakan Amadea di setiap hari sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, serta untuk motivasi penuh yang diberikan kepada Amadea sehingga Amadea mampu menyelesaikan skripsi dengan waktu 3,5 tahun.
2. Kepada Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si dan Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom, M.Med.Kom sebagai dosen pembimbing yang mengarahkan peneliti dan juga membimbing peneliti dengan sabar selama mengerjakan skripsi.
3. Kepada Sumarti sebagai nenek peneliti yang tiada henti memberikan dukungan serta motivasi penuh kepada peneliti.

4. Kepada Albainur Azizan, S.Kep sebagai kakak kandung peneliti yang selalu mengingatkan peneliti untuk mengerjakan skripsi.
5. Kepada bapak Daud Prayogi dan Nita Rosita Sari, S.I.Kom sebagai hakim intercoder yang telah bersedia memberikan waktunya untuk membantu peneliti.
6. Kepada Dovan Mitchell Tjoanda yang selalu mendengarkan keluhan peneliti, selalu *support* peneliti dan memotivasi peneliti bahkan meyakinkan peneliti untuk dapat lulus 3.5 tahun.
7. Kepada Alvano Putra, S.I.Kom sebagai kakak tingkat yang mau mendengarkan curhatan peneliti dan memotivasi peneliti.
8. Kepada seluruh Crew Lab FIKOM yang sudah memberikan kesempatan peneliti untuk menjadi bagian dari keluarga Lab FIKOM.
9. Kepada seluruh warga Fakultas Ilmu Komunikasi Widya Mandala Surabaya, Dosen, serta Tata Usaha, Fakultas yang sangat ramah dan baik hati.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	ii
HALAMAN SAMPUL DALAM	iii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN.....	vi
PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah	14
I.3. Tujuan Penelitian	14
I.4. Batasan Masalah	14
1.4.1 Objek Penelitian.....	15
1.4.2 Subjek penelitian.....	15
1.4.3 Metode Penelitian	15
I.5. Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis	15
BAB II.....	16

TINJAUAN PUSTAKA.....	16
II.1 Penelitian Terdahulu.....	16
II.2 Kerangka Teori	21
II.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	22
II.2.2 Sosial Media.....	33
II.2.3 Instagram.....	35
II.2.4 Analisis Isi.....	36
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	44
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	45
BAB III	46
METODE PENELITIAN.....	46
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
III.2. Metode Penelitian.....	46
III.3. Identifikasi Variabel	47
III.4. Definisi Konseptual.....	47
III.5 Definisi Operasional.....	48
III.6 Populasi dan Sampel	51
III.7. Teknik Penarikan Sampel.....	52
III.8 Teknik Pengumpulan Data	53
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	53
III.9.1 Validitas	53
III.9.2 Reliabilitas	54
III.10 Teknik Analisis Data	55
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	56
IV.1.1 Profil Akun Instagram	56
IV.1.2 Logo Vapeboss	59
IV.2 Uji Reliabilitas	59
IV.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan	66

IV.3.1 <i>Product</i>	67
IV.3.2 <i>Price</i>	86
IV.3.3 <i>Promotions</i>	89
IV.3.4 <i>People</i>	98
IV.4 Strategi Promosi Vapor Melalui Instagram @Wholesalevapeboss.Id	101
BAB V	107
PENUTUP	107
V.I Kesimpulan	107
V.2 Saran	107
V.2.1 Saran Akademis	107
V.2.2 Saran Praktis	108
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Strategi Promosi Wholesalevapeboss.id melalui Instagram.....	5
Gambar IV.1 Akun Instagram @wholesalevapeboss.id.....	57
Gambar IV.2 Giveaway pada akun Instagram @wholesalevapeboss.id	58
Gambar IV.3 Logo @wholesalevapeboss	59
Gambar IV.4 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Product</i> Driptip.....	69
Gambar IV.5 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Product</i> Atomizer	71
Gambar IV.6 Unggahan yang Menampilkan Kzategori <i>Product</i> Mod.....	73
Gambar IV.7 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Product</i> Pod.....	75
Gambar IV.8 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Product</i> Pod Mod	77
Gambar IV.9 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Product</i> Liquid	79
Gambar IV.10 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Product</i> Baterai.....	81
Gambar IV.11 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Product</i> Coil	83
Gambar IV.12 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Price</i>	88
Gambar IV.13 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Promotion Direct</i> <i>Marketing</i>	92
Gambar IV.14 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Promotion Sales</i> <i>Promotion</i>	94
Gambar IV.15 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>Promotion Publicity</i>	96
Gambar IV.16 Unggahan yang Menampilkan Kategori <i>People</i>	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pembandingan jumlah pengikut pada akun Instagram @wholevapeboss.id dan juga store vapor yang lainnya.....	6
Tabel 1.2 Pembandingan kekurangan dan kelebihan pada akun Instagram @wholevapeboss.id dan juga vape store yang lainnya.....	7
Tabel II.2.1 Perbedaan Unit Analisis	42
Tabel IV.I Hasil Reliabilitas Antara Peneliti dengan <i>Intercoder A</i>	62
Tabel IV.2 Hasil Reliabilitas Antara Peneliti dengan <i>Intercoder B</i>	64
Tabel IV.3 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Product Driptip</i>	68
Tabel IV.4 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Product Atomizer</i> ...	70
Tabel IV.5 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Product Mod</i>	72
Tabel IV.6 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Product Pod</i>	74
Tabel IV.7 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Product Pod Mod</i> ...	76
Tabel IV.8 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Product Liquid</i>	78
Tabel IV.9 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Product Baterai</i>	80
Tabel IV.I0 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Product Coil</i>	82
Tabel IV.I1 Tabel Frekuensi Unggahan <i>Product</i>	84
Tabel IV.I2 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Price</i>	87
Tabel IV.I3 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Promotion Advertising</i>	90
Tabel IV.I4 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Promotion Direct Marketing</i>	91
Tabel IV.I5 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Promotion Sales Promotion</i>	93
Tabel IV.I6 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Promotion Publicity</i>	95

Tabel IV.17 Tabel Frekuensi Ulasan <i>Promotions</i>	97
Tabel IV.I8 Tabel Unggahan yang Berkaitan Dengan Kategori <i>People</i>	99
Tabel IV.4.1 Data Akun Instagram @wholesalevapeboss.id.....	103

DAFTAR BAGAN

Bagan II.2.1 Jenis Unit Analisis.....	39
Bagan II.4 Kerangka Konseptual	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Coding Sheet</i>	110
---------------------------------------	-----

ABSTRAK

Amadea Nalini Innurshafa, NRP. 1423018216. ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI VAPOR MELALUI INSTAGRAM @WHOLESALEVAPEBOSS.ID

Penelitian ini melihat bagaimana strategi promosi vapor yang dilakukan oleh @wholesalevapeboss.id pada sosial media Instagram. Penelitian ini berfokus pada fenomena strategi promosi vapor melalui media sosial Instagram. Fenomena ini diangkat karena Industri vaporizer mengalami hantaman yang cukup keras yaitu penurunan pasar akibat pandemi Covid-19 yaitu sekitar 50 – 60 % pada periode Maret hingga Agustus 2020. Pada periode tersebut, media sosial akun Instagram @wholesalevapeboss.id sedang gencar-gencarnya promosi. Pihak wholesalevapeboss.id menggunakan media sosial Instagram dalam bentuk pemasaran yang mana harus mampu dalam menyeimbangkan *marketing mix* yaitu *4P Product, Price, Promotion* dan *People*, dengan tujuan, pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik pada periode Maret hingga Agustus 2020. Analisis Isi digunakan untuk mengetahui gambaran dari isi pesan strategi promosi yang dilakukan oleh @wholesalevapeboss.id pada media sosial Instagram nya. Objek dalam penelitian ini yaitu strategi promosi vapor. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu media sosial Instagram Vape Boss yaitu @wholesalevapeboss.id. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan unit sintaksis pada Instagram @wholesalevapeboss.id, dikarenakan adanya unit pencatatan pada Instagram @wholesalevapeboss.id yang berupa bentuk non verbal yaitu foto yang diunggah oleh @wholesalevapeboss.id dan verbal yaitu *caption* yang diunggah pada Instagram @wholesalevapeboss.id. Pada strategi promosi yang dilakukan oleh @wholesalevapeboss.id menggunakan keseluruhan kategori, tetapi cenderung lebih menggunakan *direct marketing* dimana @wholesalevapeboss.id selalu menampilkan nomor telepon pada unggahan *caption* Instagram nya untuk menghubungkan produsen dengan konsumen guna memudahkan konsumen dalam hal menanyakan seputar vapor maupun transaksi penjualan .

Kata kunci : Strategi Promosi, Wholesalevapeboss.id, Instagram, Deskriptif.

ABSTRACT

Amadea Nalini Innurshafa, NRP. 1423018216. CONTENT ANALYSIS OF VAPOR PROMOTION STRATEGY THROUGH INSTAGRAM @WHOLESALEVAPEBOSS.ID

This study looks at how the vapor promotion strategy is carried out by @wholesalevapeboss.id on Instagram social media. This research focuses on the phenomenon of vapor promotion strategy through Instagram social media. This phenomenon was raised because the vaporizer industry experienced a fairly hard hit, namely the market decline due to the Covid-19 pandemic, which was around 50-60% in the period March to August 2020. During that period, the social media account Instagram @wolesalevapeboss.id was intensively promoting. @wholesalevapeboss.id uses Instagram social media in the form of marketing which must be able to balance the marketing mix, namely 4P Product, Price, Promotion, and People, with the aim that the message conveyed can be well received in the period March to August 2020. Content Analysis is used to know the description of the contents of the promotional strategy messages carried out by @wholesalevapeboss.id on their Instagram social media. The object of this research is a vapor promotion strategy. The subject used in this study is the social media Instagram Vape Boss, namely @wholesalevapeboss.id. This research uses a content analysis method with a quantitative approach and descriptive research type. This study uses a syntactic unit on Instagram @wolesalevapeboss.id because there is a recording unit on Instagram @wolesalevapeboss.id in the form of non-verbal forms, namely photos uploaded by @wolesalevapeboss.id and verbal, namely captions uploaded on Instagram @wolesalevapeboss.id. The promotional strategy carried out by @wolesalevapeboss.id uses all categories but tends to use direct marketing where @wolesalevapeboss.id always displays the phone number on its Instagram caption uploads to connect producers with consumers to make it easier for consumers in terms of asking about vapor and sales transactions.

Keywords: Promotion Strategy, Wholesalevapeboss.id, Instagram, Descriptive.