

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BINTANG MULIA FURNITURE
DALAM PENJUALAN FURNITURE BEKAS MELALUI FACEBOOK DAN
WHATSAPP**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Fernanda Reyhan Luthfiwibowo Putra

19.96.1020

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BINTANG MULIA FURNITURE
DALAM PENJUALAN FURNITURE BEKAS MELALUI FACEBOOK DAN
WHATSAPP**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana S1
pada Program Studi Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh:

**Fernanda Reyhan Luthfiwibowo Putra
19.96.1020**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BINTANG MULIA FURNITURE
DALAM PENJUALAN FURNITURE BEKAS MELALUI FACEBOOK DAN
WHATSAPP**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fernanda Reyhan Luthfiwibowo Putra 19.96.1020

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi pada
tanggal bln tahun

Dosen Pembimbing,

Achmad Fauzi, SE, M. M., Dr.
NIK. 19030.....

**PENGESAHAN
SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BINTANG MULIA FURNITURE
DALAM PENJUALAN FURNITURE BEKAS MELALUI FACEBOOK DAN
WHATSAPP**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fernanda Reyhan Luthfiwibowo Putra
19.96.1020

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal bln tahun

Nama Penguji

Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom

NIK. 190302361

Kalis Purwanto, Dr, MM

NIK. 190302357

Mulyadi Erman, S.Ag, MA

NIK. 190302571

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal bln tahun

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 11 Maret 2023



Fernanda Reyhan Luthfiwibowo Putra

NIM 19.06.1020

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur, tugas akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua yang sangat saya sayangi, yang selalu mendukung dan memberikan semangat disetiap perjalanan menuju masa depan saya.
2. Allah SWT yang telah memberikan sehat, kelancaran dan nikmat yang sangat luar biasa.
3. Dosen pembimbing yang sangat baik dan dengan ikhlas memberikan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi saya.
4. Nabella Harry Maharani , yang selalu setia menemani dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bintang Mulia Furniture dan seluruh elemen yang ada di dalamnya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian.
6. Donny Setiawan selaku pemilik Bintang Mulia Furniture yang telah memberikan waktu untuk melakukan wawancara.
7. Hermanto salah satu karyawan Bintang Mulia Furniture yang telah memberikan waktu untuk melakukan wawancara.
8. Sugianto selaku konsumen Bintang Mulia Furniture yang telah memberikan waktu untuk melakukan wawancara.
9. Dan semua pihak yang mendukung dan terlibat dalam penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Bintang Mulia Furniture Dalam Penjualan Furniture Bekas Melalui Media Sosial dengan baik. Tujuan penyusunan laporan Skripsi ini diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Keberhasilan penyusunan laporan Skripsi ini tidak akan terwujud dan terselesaikan dengan baik tanpa ada bantuan, bimbingan dan dorongan yang tak terhingga nilainya dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua yang selalu memberi doa dan semangat.
2. Allah SWT yang telah memberikan Rachmat dan RidhoNya.
3. Emha Taufik Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial.
4. Achamad Fauzi. SE, M.M., Dr. Selaku dosen pembimbing Skripsi yang sudah dengan senang hati meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyusun laporan Skripsi.
5. Kepada Bintang Mulia Furniture yang telah senantiasa memberikan kesempatan penulis untuk melakukan kegiatan penelitian Skripsi dan memberikan banyak ilmu dalam penyusunan laporan Skripsi.

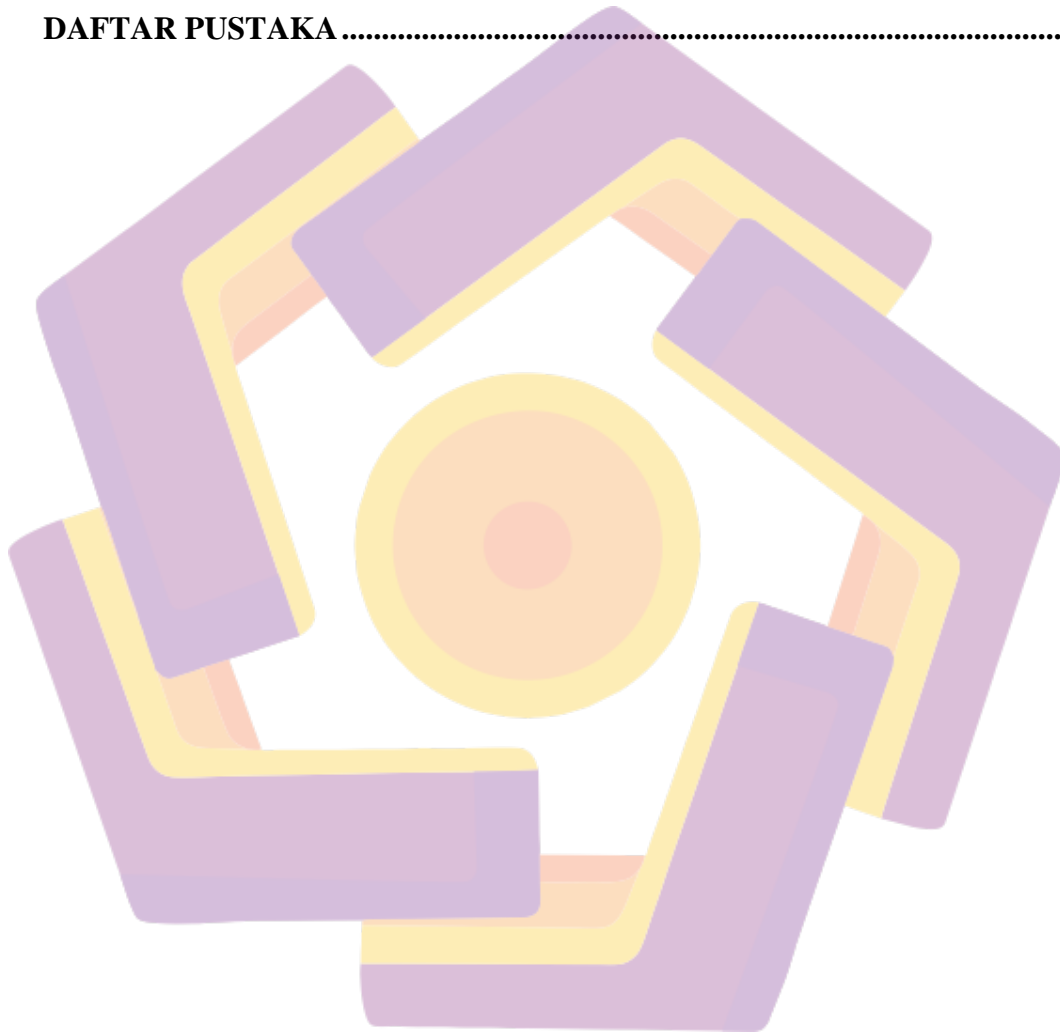
Yogyakarta, 10 Maret 2023

Fernanda Reyhan Luthfiwibowo Putra

DAFTAR ISI

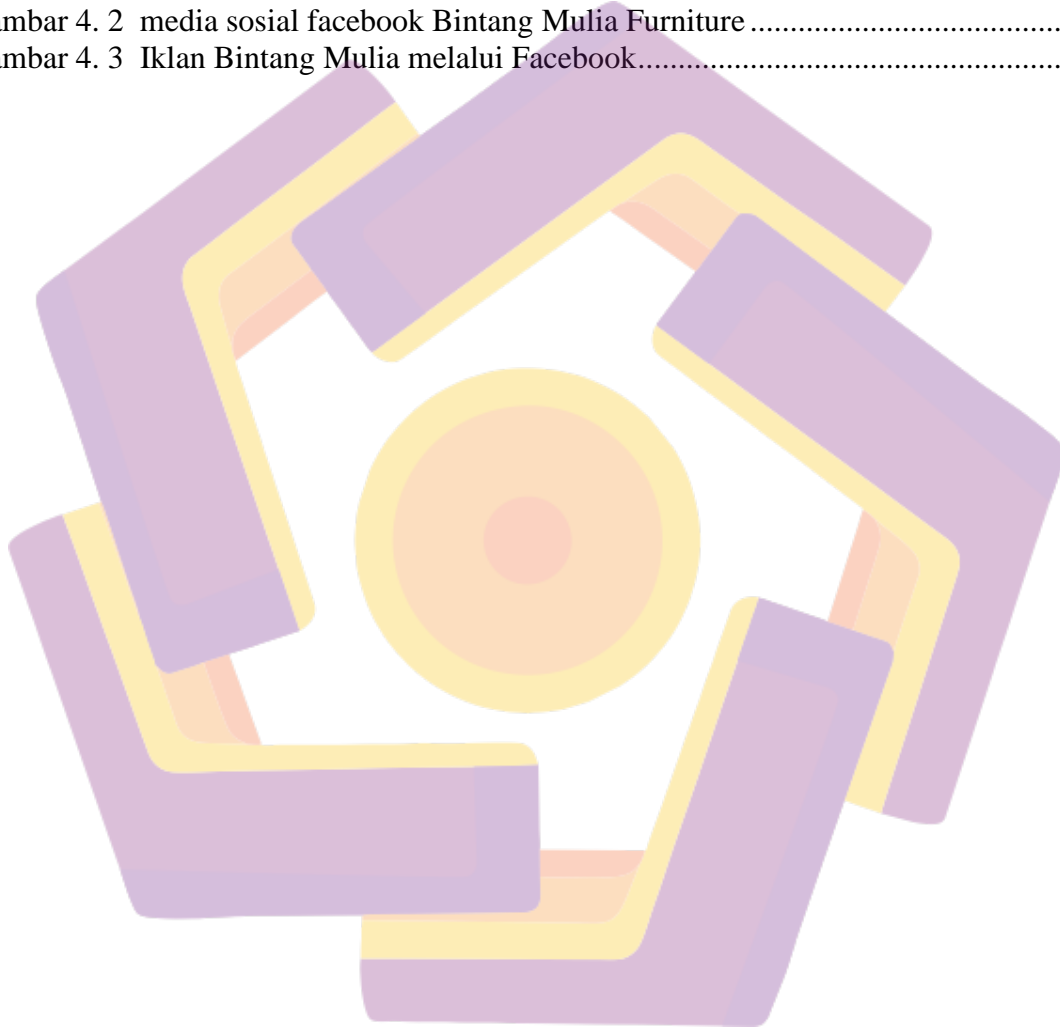
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang Masalah.....	15
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.5 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teoritis dan/atau Konseptual.....	21
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	21
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	21
2.1.3 Media sosial.....	21
2.1.4 Whatsapp.....	23
2.1.5 Facebook.....	24
2.1.6 Promosi.....	24
2.1.7 Furniture.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis penelitian.....	25
3.2 Lokasi penelitian.....	25
3.3 Kehadiran peneliti.....	26
3.4 Sumber data.....	26
3.5 Metode pengumpulan data.....	26
3.6 Teknik analisis data.....	26
3.7 Tahap-tahap penelitian.....	27
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	29

4.1 Paparan Data Penelitian	29
4.2 Sejarah perusahaan Bintang Mulia Furniture.....	29
4.3 Temuan Data	32
4.4 Pembasan dan Hasil Penelitian	37
4.5 Analisi Data.....	39
BAB V_KESIMPULAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45



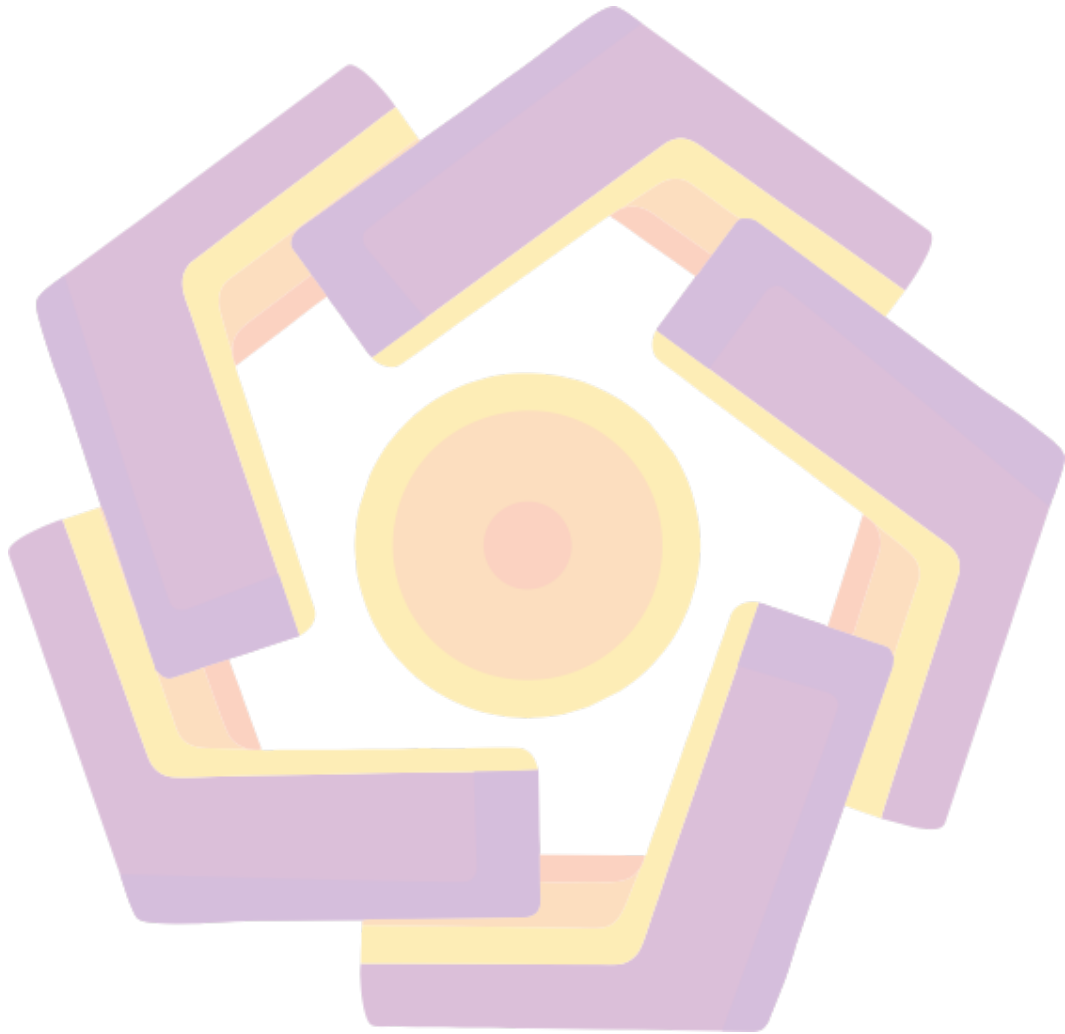
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia 2018-2022	16
Gambar 1. 2 Grafik Penetrasi pengguna internet berdasarkan usia	17
Gambar 1. 3 Grafik facebook usage penetration in indonesia from 2015 to 2022	18
Gambar 3 1 Struktur Organisasi Bintang Mulia	30
Gambar 4. 1 Stuktur Organisasi Bintang Mulia.....	30
Gambar 4. 2 media sosial facebook Bintang Mulia Furniture	32
Gambar 4. 3 Iklan Bintang Mulia melalui Facebook.....	37



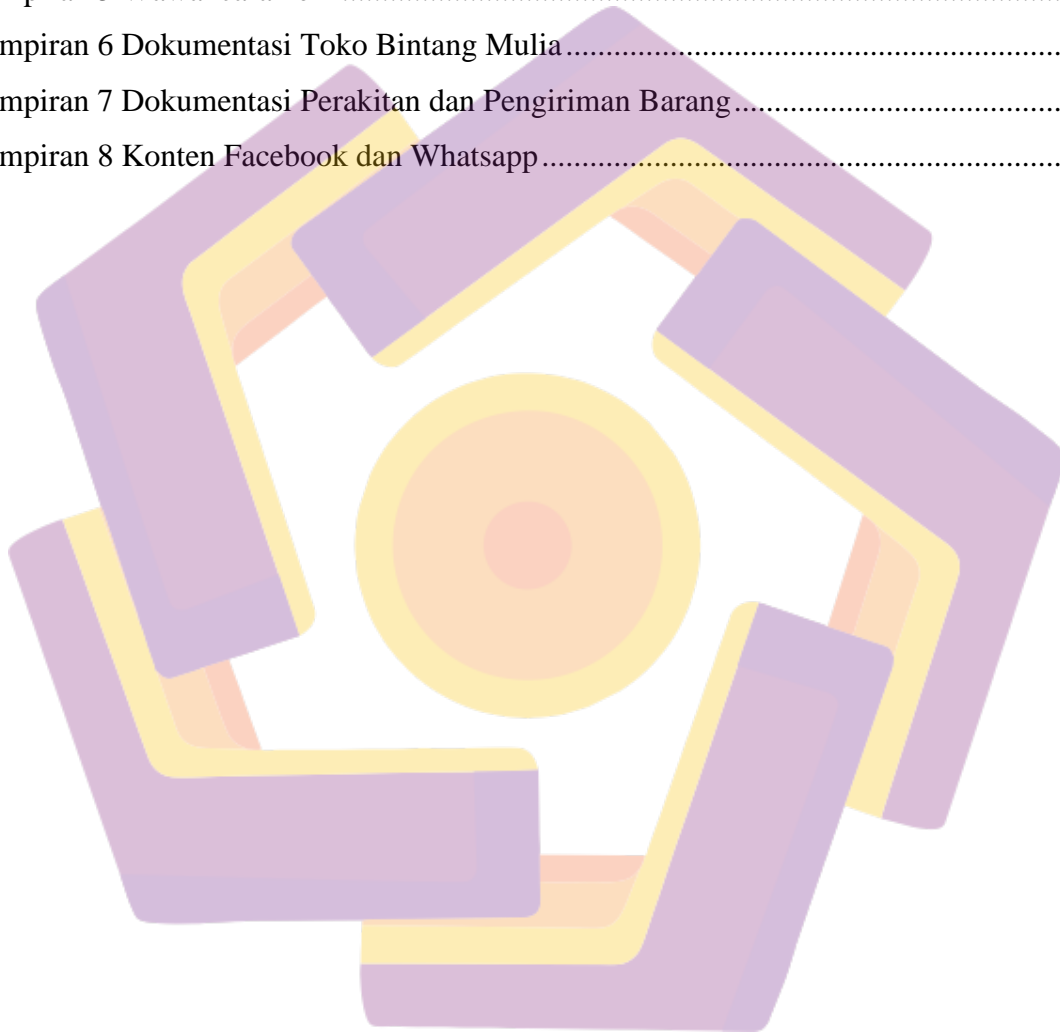
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 landasan teoritis dan/atau konseptual	23
Tabel 4. 5 Hasil Penjualan Bintang Mulia Furniture Tahun 2019-2022.....	38
Tabel 4. 6 Hasil Penjualan Bintang Mulia Furniture Tahun 2019-2022.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	488
Lampiran 2 Transkrip wawancara.....	49
Lampiran 3 Wawancara ke 2	51
Lampiran 4 Wawancara ke 3	53
Lampiran 5 Wawancara ke 4	54
Lampiran 6 Dokumentasi Toko Bintang Mulia.....	55
Lampiran 7 Dokumentasi Perakitan dan Pengiriman Barang.....	56
Lampiran 8 Konten Facebook dan Whatsapp.....	57



INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran penjualan dan media pemasaran yang digunakan oleh Bintang Mulia Furniture untuk memasuki pasar daerah kabupaten Batang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca data, grafik, dan angka yang telah tersedia, kemudian diuraikan dalam bentuk deskripsi. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran menggunakan media sosial yang digunakan oleh Bintang Mulia Furniture. Bintang Mulia Furniture untuk memasuki pasar daerah kabupaten Batang. Media sosial yang digunakan oleh Bintang Mulia Furniture adalah facebook dan whatsapp. Dari seluruh media sosial yang dimiliki tersebut Bintang Mulia Furniture lebih sering menggunakan media sosial facebook untuk memperlihatkan katalog barang yang tersedia di Bintang Mulia Furniture dengan pelanggan, khususnya pelanggan dari luar daerah, dengan mengupload berupa konten foto dan video beserta deskripsi. Sedangkan untuk media sosial whatsapp lebih sering digunakan sebagai media komunikasi untuk pelanggan terdekat atau sudah berlangganan. Dengan adanya promosi melalui media sosial tersebut memudahkan penjual dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

Kata kunci : Pemasaran, Bintang Mulia Furniture, Media Sosial, Facebook, Whatsapp



ABSTRACT

The purpose of this research is to describe the sales marketing strategy and marketing media used by Bintang Mulia Furniture to enter the regional market in Batang district. The method used in this study is descriptive qualitative, namely research conducted by reading data, graphs and figures that are available, then described in the form of a description. The results of this study are to determine marketing strategies using social media used by Bintang Mulia Furniture. Bintang Mulia Furniture to enter the regional market in Batang district. The social media used by Bintang Mulia Furniture are Facebook and WhatsApp. Of all the social media owned, Bintang Mulia Furniture often uses Facebook social media to display a catalog of goods available at Bintang Mulia Furniture with customers, especially customers from outside the area, by uploading photo and video content along with descriptions. As for WhatsApp social media, it is more often used as a medium of communication for nearby or already subscribed customers. Promotion through social media makes it easier for sellers to communicate with customers.

Keywords : Marketing, Bintang Mulia Furniture, Social Media, Facebook, Whatsapp

