

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM JUAL BELI *ONLINE***

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Grup Facebook *Casual Clothing* Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun oleh :

Deva Septian Surya

18.96.0911

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2024**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM JUAL BELI *ONLINE***

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Grup Facebook *Casual Clothing* Yogyakarta)

SKRIPSI

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Deva Septian Surya

18.96.0911

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM JUAL BELI *ONLINE*

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Grup Facebook *Casual Clothing*
Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh


Deva Septian Surya

18.96.0911

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 05 februari 2024

Dosen Pembimbing,


Erik Hadi Saputra. S.Kom, M.Eng

NIK. 190302107

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM JUAL BELI *ONLINE* (Studi Deskriptif
Kualitatif Pada Grup Facebook *Casual Clothing* Yogyakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Deva Septian Surya
18.96.0911

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 22 Maret 2024

Nama Penguji

Andreas Tri Pamungkas, M.A
NIK. 190302522

Rivga Agusta, S.IP, MA
NIK. 190302319

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.
NIK. 190302107

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)
7 Maret 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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.

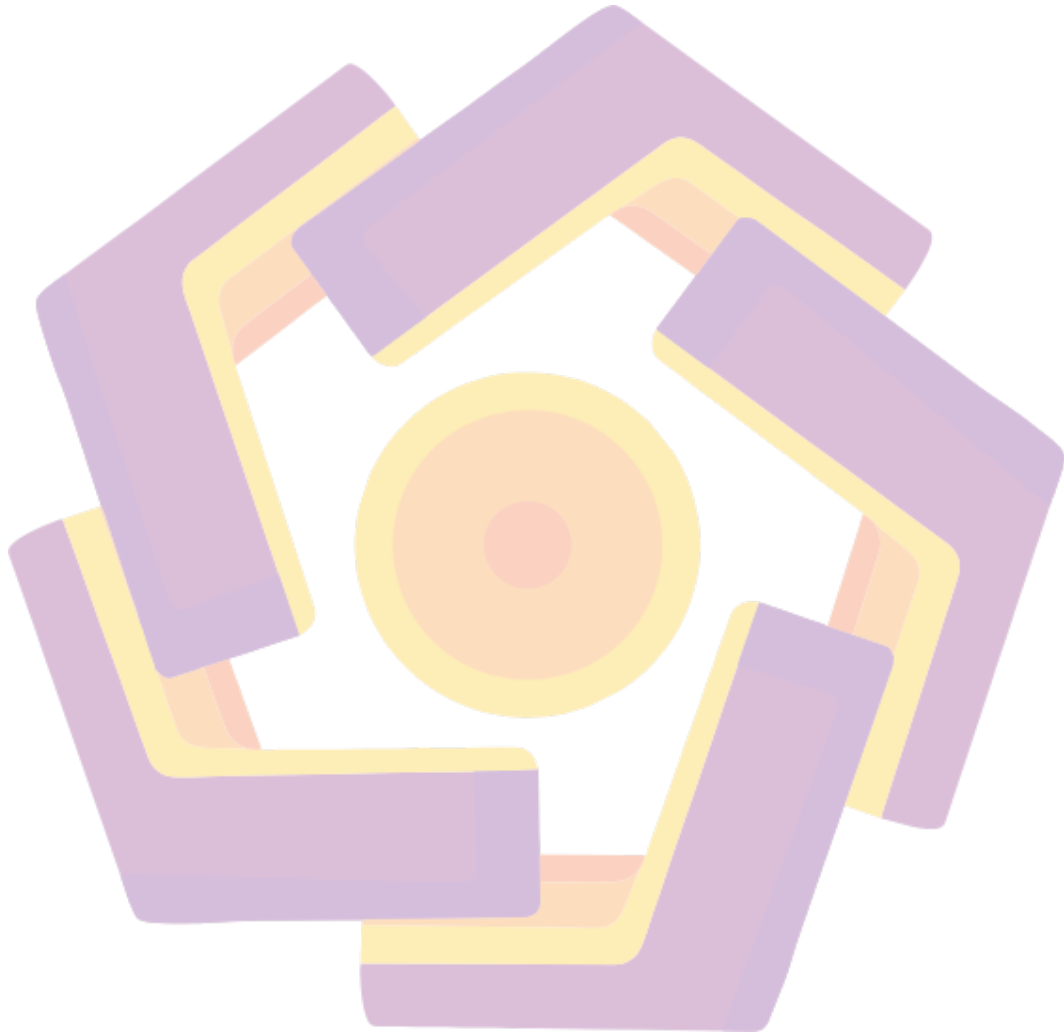
Yogyakarta, 20 Februari 2024



Deva Septian Surya
NIM. 18.96.0911

MOTTO

“Keep Calm, Because Allah is Always With Us”



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi penulis persembahkan sepenuhnya kepada:

1. Kedua orang tua saya yang telah berjasa dalam hidup saya dalam memperjuangkan cita-cita dan mimpi anaknya. Terima kasih atas pengorbanan, kasih sayang, doa serta dukungan yang tiada henti.
2. Diri sendiri yang selalu semangat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh tantangan yang berat hingga selesai.
3. Teman-teman saya yang selalu memberi dukungan, bantuan, serta waktu yang telah diberikan. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.
4. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 08 angkatan 2018 yang terus semangat bersama untuk meraih cita-cita.
5. Almamater tercinta Universitas Amikom Yogyakarta tempat saya menimba ilmu.
6. Terima kasih untuk orang-orang yang berkontribusi dalam skripsi ini hingga saya tidak mampu untuk menyebutkannya satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa peneliti telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini peneliti mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Dosen pembimbing Skripsi peneliti.
5. Dan lain-lain.

Yogyakarta, 20 Februari 2024



Deva Septian Surya

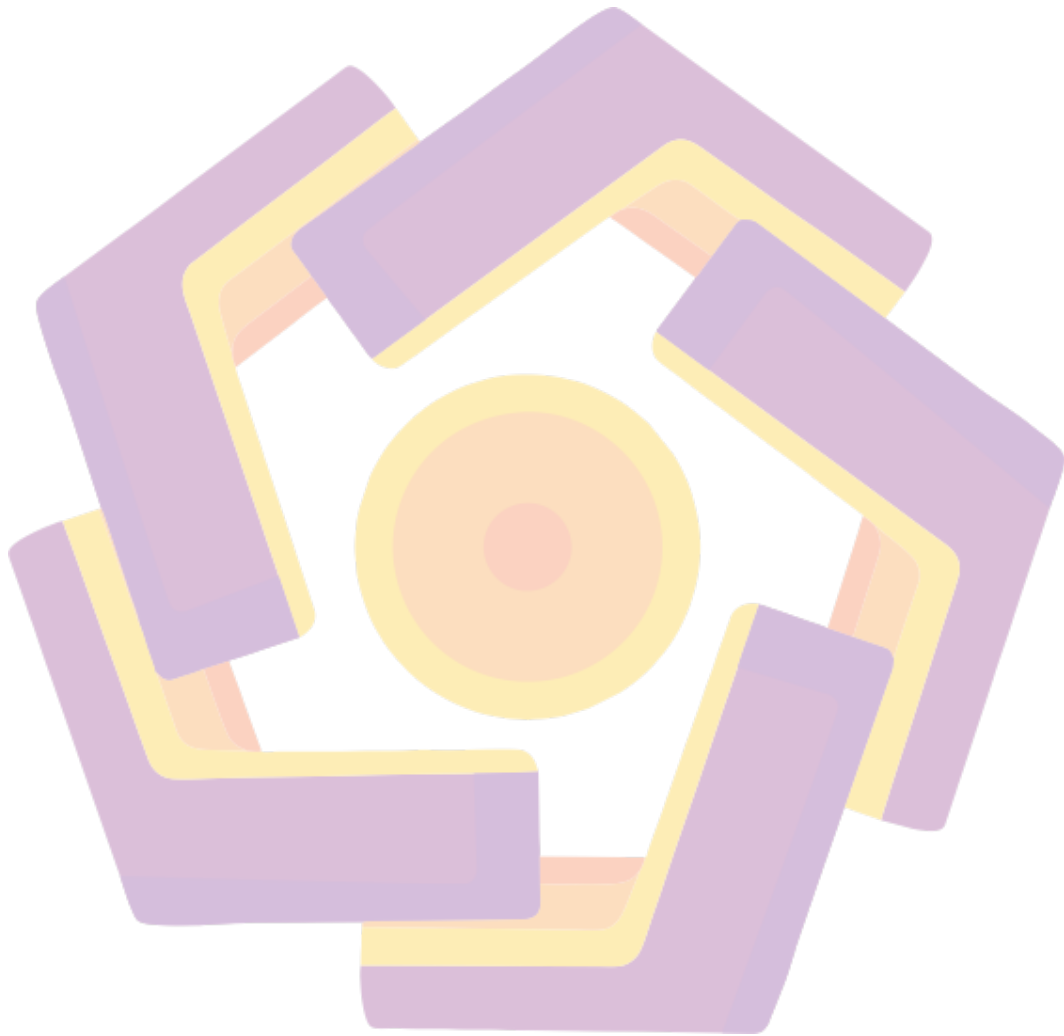
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Sistematika Bab.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2.2 Media Sosial.....	14
2.2.3 Facebook.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III.....	19

METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Paradigma Penelitian.....	19
3.2 Jenis dan Metode Penelitian.....	19
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	20
3.4 Sumber Data.....	22
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	23
3.6 Waktu Penelitian.....	24
3.7 Teknik Analisis Data.....	24
3.8 Validasi Data.....	26
BAB IV.....	27
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Hasil.....	27
4.1.1 Screening Awal dan Negosiasi Barang.....	27
4.1.2 Mekanisme Pembayaran.....	28
4.2 Pembahasan.....	30
4.2.1 Interaktif Memudahkan Transaksi.....	31
4.2.2 Interaktif Memudahkan Penjualan.....	34
BAB V.....	37
PENUTUP.....	37
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39
LAMPIRAN.....	41

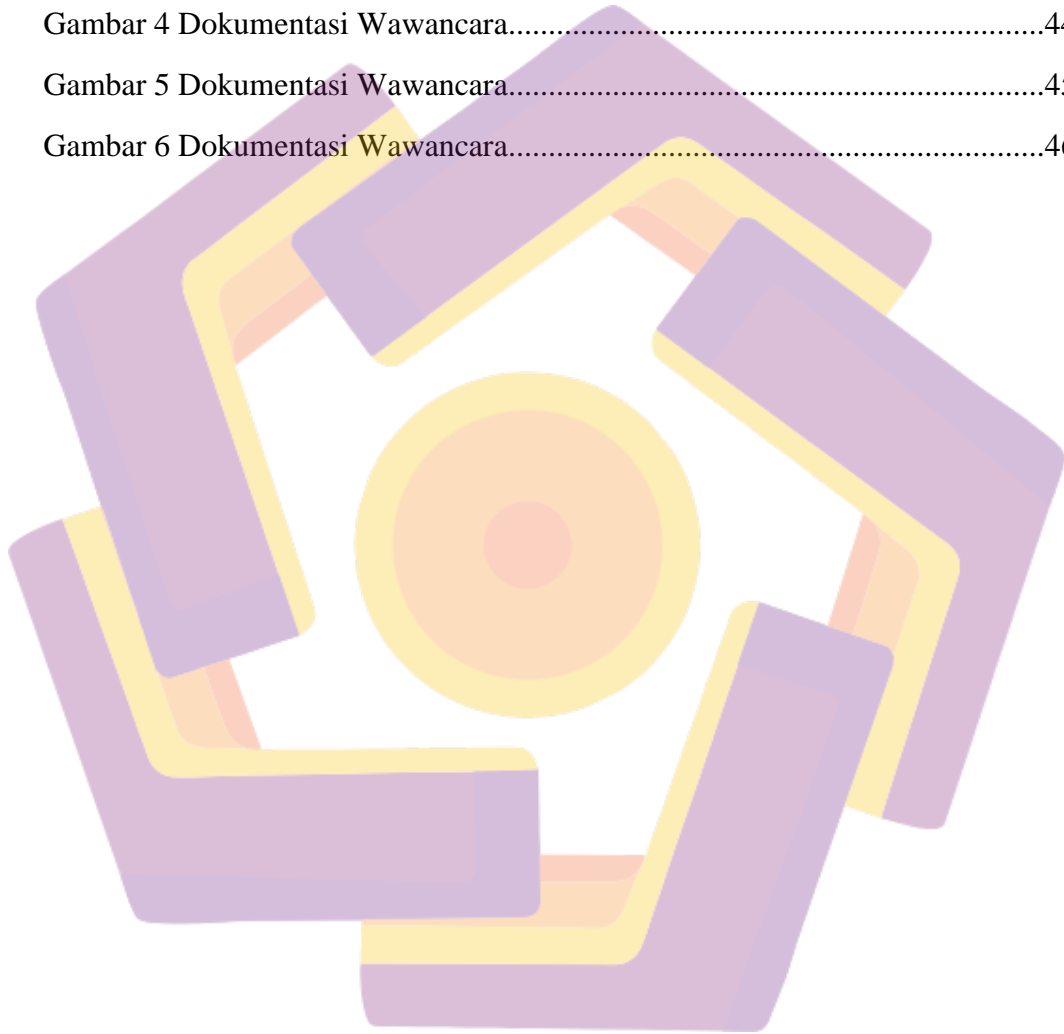
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	8
Tabel 3.3 Data Informan.....	21



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grup <i>Casual Clothing</i> Yogyakarta.....	4
Gambar 2 Contoh Unggahan dalam Grup <i>Casual Clothing</i> Yogyakarta.....	5
Gambar 3 Dokumentasi Wawancara.....	44
Gambar 4 Dokumentasi Wawancara.....	44
Gambar 5 Dokumentasi Wawancara.....	45
Gambar 6 Dokumentasi Wawancara.....	46



INTISARI

Saat ini facebook tak hanya digunakan sebagai media untuk saling berkomunikasi, tetapi juga dimanfaatkan sebagai media untuk aktivitas jual beli secara *online*. Facebook memberikan wadah kepada penjual dalam memasarkan barangnya dan memudahkan pembeli dalam mencari barang yang diinginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial facebook sebagai media komunikasi pemasaran dalam jual beli *online* pada grup *Casual Clothing* Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penentuan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive-sampling*. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme jual beli di media sosial facebook pada grup *Casual Clothing* Yogyakarta meliputi 2 langkah tahapan besar, yang pertama melalui tahap screening awal dan negosiasi barang, kemudian yang kedua melalui tahap mekanisme pembayaran.

Kata kunci : Media Sosial, Facebook, Jual Beli *Online*

ABSTRACT

Currently, facebook is not only used as a medium for communicating with each other, but is also used as a medium for online buying and selling activities. Facebook provides a platform for sellers to market their goods and makes it easier for buyers to find the items they want. This research aims to determine the use of facebook social media as a marketing communication on the online trading in the Yogyakarta Casual Clothing group. The research method employed is qualitative descriptive with data collection through observation, interviews, and documentation. Informants were selected using purposive sampling. This research uses marketing communication theory. The results of this research show that the trading mechanism on facebook social media in the Casual Clothing Yogyakarta group includes 2 major stages, the first through the initial screening stage and negotiation of goods, then the second through the payment mechanism stage.

Keyword : Social Media, Facebook, Trading Online