

**KOMUNIKASI PEMASARAN PEDAGANG
KONVENSIONAL MELALUI MEDIA SOSIAL
WHATSAPP**

**(Analisis Deskriptif Kualitatif Pedagang di Perumahan Cangkorah
Lake View Kabupaten Bandung Barat)**

SKRIPSI

Disusun sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Natasya Putri Pangesti

3112191065



**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SANGGA BUANA (YPKP)**

BANDUNG

2023

LEMBAR PENGESAHAN
KOMUNIKASI PEMASARAN PEDAGANG
KONVENSIONAL MELALUI MEDIA SOSIAL
WHATSAPP
(Analisis Deskriptif Kualitatif Pedagang di Perumahan Cangkorah Lake View
Kabupaten Bandung Barat)

SKRIPSI

Disusun sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Natasya Putri Pangesti

3112191065



Menyetujui,

Ketua Program Studi,

Pupi Indriati Zaelani, S.Sos. M.Si
NIDN : 0407128406

Pembimbing,

Witri Cahyati, S.Sos., M.Si
NIDN : 04040478401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik,

Dr. Hursusetiyati, Dra., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul :

“Komunikasi Pemasaran Pedagang Konvensional Melalui Media Sosial Whatsapp (Analisis Deskriptif Kualitatif Pedagang Di Perumahan Cangkorah Lake View Kabupaten Bandung Barat)”

Adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan keculi melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi

Bandung, 26 July 2023



Natasya Putri Pangesti

NPM : 3112191065

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur senantiasa penulis haturkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, inayah, serta nikmat-Nya yang tak terhingga. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Komunikasi Pemasaran Pedagang Konvensional Melalui Media Sosial Whatsapp” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S. I. Kom Program studi Ilmu Komunikasi.

Walaupun adanya hambatan dan kesulitan yang penulis sadari dalam proses penyusunan serta penulisan usulan penelitian ini, oleh karena itu arahan dan bimbingan dari berbagai pihak hingga skripsi ini dapat/telah tersusun tidak terlepas dari adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Orangtua penulis, Bapak Aditia Kanata dan Ibu Yulia Hassanah yang senantiasa memberikan doa dan kasih sayang serta memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Ibu Dr. Hursusetiyati, Dra., M.Si yang telah memberikan arahan dalam melaksanakan Skripsi.
3. Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Ibu Witri Cahyati, S.Sos., M.Si yang telah memberikan arahan dalam melaksanakan Skripsi.
4. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Ibu Pupi Indriati Zaelani, S.Sos., M.Si. yang telah memberikan arahan dalam melaksanakan Skripsi.
5. Dosen Pembimbing Skripsi Ibu Witri Cahyati, S.Sos., M.Si yang telah memberikan arahan dan membimbing penulis mengenai penulisan Skripsi.
6. Wali Dosen Bapak Muchsin Al-Fikri., S.Sos., M.Ikom yang telah membimbing saya dari awal perkuliahan berlangsung hingga saat ini.
7. Warga Cangkorah Lake View yang senantiasa bekerja sama agar terselesaikannya penelitian ini.
8. Seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung yang membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.
9. Keluarga, terutama kedua kakak penulis, Adiguna dan Dwipanji yang sudah mendukung saya secara penuh.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan dapat digunakan serta dijadikan bahan referensi bagi semua pihak yang berkepentingan.

Bandung, 20 Maret 2023

Natasya Putri Pangesti

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang perumahan Cangkorah Lake. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana jalannya komunikasi pemasaran serta kendala juga upaya yang dialami oleh para pedagang melalui WhatsApp grup.

Dengan subjek yaitu warga Cangkorah Lake View dan Perumahan Cangkorah Lake View sebagai objek penelitian. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan informan yang berjumlah 4 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 3 teknik analisis data, yaitu reduksi data, *men-display* data, menarik kesimpulan. Dan juga 3 teknik keabsahan data, yaitu Triangulasi waktu dan Teknik, ketekunan pengamatan, kecukupan bahan referensial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang perumahan Cangkorah Lake View melalui media sosial WhatsApp Grup terlaksana dengan baik dan memenuhi model komunikasi pemasaran. Serta diketahuinya bagaimana hambatan yang terjadi juga Upaya yang dilakukan unntuk menyelesaikan permasalahan.

Kata Kunci : Komunikasi, Pemasaran, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial

Abstract

This research was conducted to find out the marketing communication activities carried out by Cangkorah Lake view housing merchants. The purpose of this research is to find out and analyze the course of marketing communication and the obstacles and efforts experienced by merchants through WhatsApp groups.

With the subject of Cangkorah Lake View residents and Cangkorah Lake View Housing as research objects. The type of research used is qualitative research with a descriptive approach. The data sources used in this research are informants totaling 4 people. Data collection techniques in this study used observation, interviews and documentation. This research was conducted using 3 data analysis techniques, data reduction, displaying data, take conclusions. And also 3 data validation techniques, time and technique by triangulation, persistence of observation, adequacy of referential materials.

The results of this research are that marketing communication activities carried out by Cangkorah Lake View housing merchants through WhatsApp Group were well implemented and fulfilled the marketing communication model. As well as knowing about the obstacles that occur as well as the efforts made to solve the problem.

Key Word : Communication, Marketing, Marketing Communication, Social Media

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian..... | 6 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 7 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 7 |
| 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1 Rangkuman Teori..... | 9 |
| 2.1.1 Komunikasi | 9 |
| 2.1.2 Komunikasi Pemasaran | 13 |
| 2.1.3 Media Sosial..... | 22 |
| 2.1.4 Pedagang Konvensional..... | 26 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 29 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 40 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 40 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2 Subjek dan Objek Penelitian | 42 |
| 3.3 Informan Kunci | 42 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.5 Teknik Analisis Data..... | 45 |
| 3.6 Teknik Keabsahan Data | 47 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 49 |
| 4.1 Objek Penelitian..... | 49 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 50 |
| 4.2.1 <i>Promotion Mix</i> Yang Dilakukan Pedagang Perumahan Cangkorah Lake View | 50 |
| 4.2.2 Hambatan Yang Dialami Pedagang Perumahan Cangkorah Lake View | 53 |
| 4.2.3 Upaya Yang Dilakukan Pedagang Perumahan Cangkorah Lake View | 54 |
| 4.3 Pembahasan..... | 57 |
| 4.3.1 <i>Promotion Mix</i> Yang Dilakukan oleh Pedagang Konvensional Perumahan Cangkorah Lake View Melalui Media Sosial WhatsApp | 57 |
| 4.3.2 Hambatan Yang Dialami oleh Pedagang Konvensional Perumahan Cangkorah Lake View Melalui Media Sosial WhatsApp | 64 |
| 4.3.3 Upaya Yang Dilakukan oleh Pedagang Konvensional Perumahan Cangkorah Lake View Melalui Media Sosial WhatsApp | 66 |
| BAB V PENUTUP..... | 67 |
| 5.1 Simpulan..... | 67 |
| 5.2 Rekomendasi | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | 69 |
| LAMPIRAN..... | 73 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Penelitian Terkait | 26 |
| Tabel 3.1 Informan Penelitian | 43 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Peta Wilayah | 1 |
| Gambar 1.2 Percakapan Grup WhatsApp | 4 |
| Gambar 1.3 Percakapan Grup WhatsApp | 5 |
| Gambar 4.1 Komplek Perumahan Cangkorah Lake View | 49 |
| Gambar 4.2 Percakapan Grup WhatsApp | 50 |
| Gambar 4.3 Percakapan Grup WhatsApp | 51 |
| Gambar 4.4 Percakapan Grup WhatsApp | 52 |
| Gambar 4.5 Percakapan Grup WhatsApp | 56 |
| Gambar 4.6 Percakapan Grup WhatsApp | 60 |
| Gambar 4.7 Percakapan Grup WhatsApp | 61 |
| Gambar 4.8 Percakapan Grup WhatsApp | 61 |
| Gambar 4.9 Percakapan Grup WhatsApp | 62 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-----------------------------|----|
| Surat Izin Penelitian | 75 |
| Hasil Cek Plagiarisme | 76 |
| Pedoman Wawancara | 77 |
| Dokumentasi Wawancara..... | 8 |

