



**DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI  
KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI APLIKASI  
SHOPEE PADA AKUN LITTLE LOVIA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam  
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

**WISNU FIRDAUS**

**41182037190083**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA  
UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI**

**2024 M/ 1445 H**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 05 Juli 2024



Wisnu Firdaus  
41182037190083

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Aplikasi Shopee Pada Akun Little Lovia  
Nama : Wisnu Firdaus  
NPM : 41182037190083  
Konsentrasi : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian Skripsi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 05 Juli 2024

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing



**Winda Primasari, S.Hum., M.Si**  
NRP. 45.1.01.02.2012.016

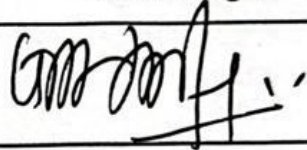
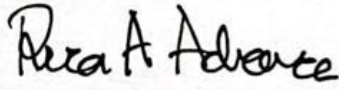
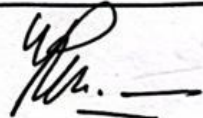


**Kartini Rosmalah D.K.M.I.Kom**  
NRP. 45122082011025

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Aplikasi Shopee Pada Akun Little Lovia  
Hari : Jum'at  
Tanggal : 12 Juli 2024  
Waktu : 13.00 - 14.00 WIB  
Oleh  
Nama : Wisnu Firdaus  
NPM : 41182037190083  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

### DEWAN PENGUJI

Keterangan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Tatik Yuniarti, M.I. Kom	
Penguji I	Reza A. Adara, M.A	
Penguji II	Kartini Rosmalah DK., M.I.Kom	

Bekasi, 29 Juli 2024

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan  
Bahasa

  
  
**Dr. Nurjadi, M.Hum**  
NRP. 45.1.01.04.2010.012

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi

  
**Winda Primasari, S.Hum., M.Si**  
NRP. 45.1.01.02.2012.016

## ABSTRAK

Universitas Islam “45” Bekasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi Sastra dan  
Bahasa 2023

Wisnu Firdaus/41182037190083

Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Aplikasi  
Shopee Pada Akun Little Lovia

Dibawah bimbingan Kartini Rosmalah Dewi Katli  
(62 Halaman), (6 Tabel), (19 Gambar).

Perkembangan teknologi dari zaman ke zaman banyak orang menggunakan media *digital* untuk melakukan banyak hal, salah satunya untuk memajukan usahanya di bidang *Marketplace* Shopee. Ada banyaknya fitur yang dimilikinya, Shopee memungkinkan penggunaannya untuk membeli dan menjual produk dengan cepat. Salah satu pelaku usaha yang telah memanfaatkan kekuatan media pemasaran secara *online* untuk memperluas jangkauan pasar mereka yaitu “Little Lovia” seringkali mempublikasikan karya mereka di Aplikasi Shopee untuk menarik *klien* serta membangun citra merek yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Little Lovia melalui Aplikasi Shopee. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *digital marketing* dari Kotler yang di dalamnya terdapat, *Cost/ Transaction*, *Interactive*, *Incentive Program*, dan *Site Design*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan subjek penelitiannya yaitu akun Shopee “Little Lovia”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dilakukan “Little Lovia” melalui *Cost/ Transaction* dikemas baik dan menarik, maka munculah *Interactive*, *Incentive Program*, dan *Site Design*. Oleh karena itu, maka tercapai kenaikan yang signifikan dalam penjualan serta pendapatan yang diperoleh “Little Lovia”.

**Kata Kunci :** *Digital Marketing*, Strategi Komunikasi Pemasaran, Shopee.

## **ABSTRACT**

*Islamic University 45 Bekasi  
Communication Studies Program  
Faculty of Communications,  
Literature and Languages 2023*

Wisnu Firdaus/41182037190083

*Digital Marketing as a Marketing Communication Strategy Through the Shopee  
Application on the Little Lovia Account*

*Under the guidance of Kartini Rosmalah Dewi Katli*

*(62 Pages), (6 List of Tabela), (19 Images).*

*The development of technology from time to time, many people use digital media to do many things, one of which is to advance their business in the Shopee Marketplace sector. There are many features it has, Shopee allows its users to buy and sell products quickly. One of the business actors who have utilized the power of online marketing media to expand their market reach, namely "Little Lovia", often publishes their work on the Shopee Application to attract clients and build a strong brand image. This study aims to determine the marketing communication strategy carried out by Little Lovia through the Shopee Application. The theory used in this study is Kotler's digital marketing theory which contains Cost / Transaction, Interactive, Incentive Program, and Site Design. This study uses a qualitative descriptive method with the subject of the study being the Shopee account "Little Lovia". The results of the study show that the marketing communication strategy carried out by "Little Lovia" through Cost / Transaction is packaged well and attractively, then Interactive, Incentive Program, and Site Design appear. Therefore, a significant increase in sales and income obtained by "Little Lovia" was achieved.*

***Keywords: Digital Marketing, Marketing Communication Strategy, Shopee.***



## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Aplikasi Shopee”.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Namun berkat doa dan usaha, dukungan serta bimbingan dari semua pihak penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan suka cita menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Winda Primasari, S.Hum., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Kartini Rosmalah D.K, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sejak awal hingga akhir.
4. Kedua Orang Tua, Aa dan Tete terimakasih atas dukungannya untuk selalu memberikan semangat, serta doa yang tidak pernah berhenti untuk penulis.
5. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang saling memotivasi untuk memberikan semangat, serta memberi dukungan satu sama lain.
6. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan baik dalam segi bentuk, isi maupun tata bahasanya.

Semoga penulisan Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bekasi, 05 Juli 2024  
Penulis,



Wisnu Firdaus  
41182037190083

## DAFTAR ISI

LEMBAR HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT .....	vi
PRAKATA .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II.....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.1 Pemanfaatan <i>Marketplace</i> Shopee Sebagai Media Komunikasi Pemasaran <i>Online Shop</i> .....	10
2.1.2 Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus <i>Owner Online Shop By_kk</i> .....	11
2.1.3. Pemanfaatan <i>Digital Marketing</i> (Shopee) Untuk Membantu Meningkatkan Kegiatan Pemasaran Secara <i>Online</i> Pada UMKM <i>Miss Batik Collection</i> .....	11
2.2. Kerangka Teori .....	13
2.2.1. <i>Digital Marketing</i> .....	13
2.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.3. Shopee .....	21
2.2.4. Penjualan <i>Online</i> .....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
<b>BAB III.....</b>	<b>28</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Unit Analisis .....	28
3.2.1 <i>Key Informan</i> .....	28
3.2.2 <i>Informan</i> .....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.4 Definisi Konseptual.....	29
3.5 Teknik Analisis Data.....	29
3.6 Keabsahan Data.....	33
<b>BAB IV .....</b>	<b>34</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>



4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian.....	34
4.1.1 Profil Little Lovia.....	34
4.2 Hasil Penelitian .....	37
4.2.1 <i>Cost/ Transaction</i> .....	38
4.2.2 <i>Interactive</i> .....	43
4.2.3 <i>Incentiv Program</i> .....	48
4.2.4 <i>Site Design</i> .....	57
4.3 Hasil Pembahasan .....	59
<b>BAB V.....</b>	<b>62</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah <i>Marketplace</i> pada Tahun 2024 .....	3
Tabel 1.2 Jumlah Penilaian Ulasan di Aplikasi Shopee.....	6
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.....	11

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Shopee Little Lovia.....	4
Gambar 1.2 <i>Responden</i> Konsumen dari Aplikasi Shopee .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4.1 Logo “Little Lovia”.....	26
Gambar 4.2 Produk dari Little Lovia.....	27
Gambar 4.3 Fitur <i>Voucher</i> Shopee Melalui ShopeePay.....	29
Gambar 4.4 <i>Live Streaming</i> Pada Akun Shopee Little Lovia.....	30
Gambar 4.5 Followers pada Akun Shopee Little Lovia.....	33
Gambar 4.6 <i>Live Chat</i> dengan Costomer di Aplikasi Shopee.....	35
Gambar 4.7 Perfoma Pemasaran Toko Little Lovia.....	35

# SKRIPSI WISNU FINAL.docx

## ORIGINALITY REPORT

**20** %

SIMILARITY INDEX

**13** %

INTERNET SOURCES

**4** %

PUBLICATIONS

**3** %

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

**1**

**Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta  
Indonesia**

Student Paper

**3** %

**2**

**etheses.iainponorogo.ac.id**

Internet Source

**2** %

**3**

**repository.unismabekasi.ac.id**

Internet Source

**2** %

**4**

**eprints.walisongo.ac.id**

Internet Source

**2** %

**5**

**repositori.buddhidharma.ac.id**

Internet Source

**2** %

**6**

**Submitted to Universitas Sumatera Utara**

Student Paper

**1** %

**7**

**repository.uin-suska.ac.id**

Internet Source

**1** %

**8**

**repositori.usu.ac.id**

Internet Source

**1** %

**9**

**repository.usahid.ac.id**

Internet Source

**<1** %

