

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya selaku penulis menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial dan diajukan kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Skripsi ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 5 Mei 2024



**NADIA**  
NIM. 201510096

## ABSTRAK

Nama: **Nadia** NIM: 201510096 Judul Skripsi: **"Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Fashion* (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Myjilbab.official)"** Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Maulana Hasanuddin Banten tahun 2024/1445 H.

Dalam bidang pemasaran, persoalan efektifitas mempromosikan beragam barang dagangan merupakan kendala umum bagi semua perusahaan yang terlibat dalam kegiatan pemasaran khususnya pada akun instagram @myjilbab.official. Kendala dalam pemasaran barang dapat berasal dari berbagai aspek yang kompleks dan saling berkaitan. Salah satu kendala utama adalah persaingan yang ketat di pasar *online*.

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut 1) Bagaimana instagram sebagai media komunikasi pemasaran *fashion*. 2) Untuk mengetahui Keunggulan dan Kelemahan *Online shop* Myjilbab.official.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif -tindakan. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah: Observasi, wawancara, dokumentasi dan analisis data. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Intergrated Marketing Communication* (IMC) Teori tersebut adalah iklan (*advertising*), promosi penjualan, hubungan Masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung, acara (*event*)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan: 1) Myjilbab.official menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi melibatkan fitur yang tersedia di platfomnya yaitu (*instastory*, unggahan foto, video, *hightlight* dan *caption*). Menggunakan fungsi konsep 4P (*product, price, plase, promotion*). 2) Keunggulan *online shop* Myjilbab.official terletak pada tersampainya pesan kepada konsumen dengan menggunakan fitur-fitur yang ada pada instagram, Myjilbab.official selalu memberikan informasi produk yang *up to date* dan bervareasi. Selain itu Myjilbab.official memberikan harga yang terjangkau sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk Myjilbab.official meskipun selisih dari *online shop* lain sedikit. Kelemahan dari *online shop* Myjilbab.official terletak pada estimasi pengiriman produk yang sering datang lebih lama.

**Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Instagram**

## ABSTRACT

Name: **Nadia** NIM: 201510096 Thesis title: "**Instagram as a Fashion Marketing Communication Media (Descriptive Study on @Myjilbab.official Instagram Account)**" Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah, Maulana Hasanuddin State Islamic University Banten in 2024/1445 H.

*In the field of marketing, the issue of effectiveness in promoting various merchandise is a common obstacle for all companies involved in marketing activities, especially on the @myjilbab.official Instagram account. Obstacles in marketing goods can come from various complex and interrelated aspects. One of the main obstacles is the fierce competition in the online market.*

*The formulation of the problem in this study is as follows: 1) How Instagram as a fashion marketing communication medium. 2) To find out the Advantages and Weaknesses of Myjilbab.official Online shop.*

*The method used is the qualitative-action method. The collection techniques used are: Observation, interviews, documentation and data analysis. The theory used in this research is the theory of Integrated Marketing Communication (IMC) The theory is advertising, sales promotion, public relations, personal sales, direct marketing, events*

*Based on the research conducted, it can be concluded: 1) Myjilbab.official uses Instagram as a means of communication involving the features available on the platform, namely (instastory, photo uploads, videos, highlights and captions). Then use the 4P concept function (product, price, place, promotion). 2) The advantage of Myjilbab.official online shop from other online shops lies in conveying messages to consumers by using the features on Instagram. Myjilbab.official always provides up to date and varied product information. In addition, Myjilbab.official provides affordable prices so that it attracts consumers to buy Myjilbab.official products even though the difference from other online shops is small. The weakness of the Myjilbab.official online shop lies in the estimated delivery of products that often come longer.*

**Keywords: Marketing Communications, Instagram**



**FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

---

Nomor : Nota Dinas Kepada Yth,  
Lamp. : **Dekan Fakultas Dakwah**  
Hal : **Ujian Munaqasah UIN SMH Banten**  
**a.n Nadia Di-**  
**NIM 201510096 Serang**

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi dari Nadia NIM 201510096 yang berjudul **Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Fashion* (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Myjilbab.official)**, sekiranya dapat diajukan sebagai salah satu syarat melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatian Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Serang, 5 Mei 2024

Pembimbing I

**Dr. Hj. Ilah Holilah, S.Ag., M.Si.**

NIP: 197101061998032003

Pembimbing II

**Nur Asia T, M.Si.**

NIP: 199203162019032017

# PERSETUJUAN MUNAQASYAH

## INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN *FASHION*

(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @myjilbab.official)

Oleh:

**NADIA**

NIM: 201510096

Menyetujui,

Pembimbing I



**Dr. Hj. Ilah Holilah, S.Ag., M.Si.**

NIP: 197101061998032003

Pembimbing II




**Nur Asia T, M.Si.**

NIP: 199203162019032017

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Dakwah



**Dr. H. Endad Musaddad, M.A.**

NIP: 197206261998031002

Ketua Program Studi  
Komunikasi dan Penyiaran Islam



**Tb. Nurwahyu, M.A.**

NIP: 197110262000031002

## PENGESAHAN

Skripsi Nama: Nadia NIM: 201510096 Judul Skripsi : **"Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Fashion* (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @myjilbab.official)"** Telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 20 Mei 2024. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Serang, 20 Mei 2024

Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota




**Tb. Nurwahyu, M.A.**  
NIP. 19711026 200003 1 002

Sekretaris Merangkap Anggota



**Dr. Adhi Kusuma, S.I.Kom., M.Si**  
NIP. 19900420 201903 2 018

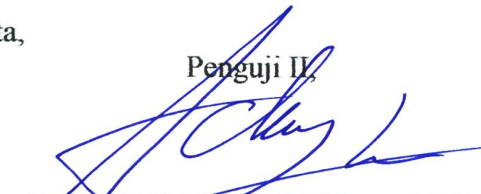
Penguji I



**Dr. Ayatullah Humaeni, S.Pd.I., M.A**  
NIP. 19780335 200604 1 001

Anggota,

Penguji II




**Dr. Adhi Kusuma, S.I.Kom., M.Si**  
NIP. 19900420 201903 2 018

Pembimbing I



**Dr. Hj. Ilah Holilah, S.Ag., M.Si.**  
NIP: 197101061998032003

Pembimbing II



**Nur Asia T, M.Si.**  
NIP: 199203162019032017

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah atas segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan banyak nikmat dan banyak pertolongan disetiap perjalanan hidup yang aku jalani hingga hari ini. Pertama-tama, saya persembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri yang sudah berhasil melewati masa-masa yang tidak mudah, juga sudah selalu bertahan disetiap rintangan yang diberi oleh Allah SWT. Selanjutnya, kepada keluarga tersayang, terutama kedua orang tua yang sangat saya cintai dan sayangi, Bapak H. Unus dan Ibu Rohayati, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan juga tak lupa mendoakan saya sebagai penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan cepat, tidak pernah lelah membantu dan membimbing, sampai merelakan waktu dan tenaganya untuk memberikan beribu-ribu nasihat dan arahan sampai saya bisa berada di titik ini. Untuk kakak, adik dan kakak iparku yang terhormat, terima kasih telah menjadi seorang yang memberikan arahan serta saran terhadap skripsi ini. Saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada teman-teman dan keluarga yang selalu berada di keliling saya, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan berguna sebagai sumber informasi dimasa yang akan datang. Aamiin Yaa Rabbal' Alamiin...

## **MOTTO HIDUP**

”Janganlah takut jatuh karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah dan jangan takut salah karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua”

-Buya Hamka



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Nadia, lahir di Serang, 08 Agustus 2002. Saat ini penulis tinggal bersama keluarga di Kp. Pasepatan Desa. Babakan Jaya Kec. Kopo Serang. Penulis dilahirkan sebagai anak ke empat dari lima bersaudara dari pasangan Bapak H.Unus dan Ibu Rohayati.

Jenjang pendidikan formal yang sudah ditempuh oleh penulis yaitu MI Nurul Falah Babakan Jaya lulus pada tahun 2014. MTS AL-AMIN KOPO lulus tahun 2017. SMA Yapisa Kopo lulus pada tahun 2020. Kemudian penulis melanjutkan ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dengan Program Studi yang diambil Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah bergabung dalam organisasi HMJ KPI dari tahun 2021-2023, kemudian bergabung dalam organisasi DEMA Fakultas Dakwah tahun 2023. Dan pernah mengikuti program magang di DPRD Prov. Banten.

Demikian catatan singkat mengenai riwayat hidup penulis selama menempuh pendidikan formal.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan karunianya kita umat muslim masih diberikan nikmat sehat wal'afiat. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita umat muslim dari zaman yang gelap menuju zaman yang terang benderang ini.

Alhamdulillah atas bantuan Allah dan didampingi dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Instagram sebagai media komunikasi pemasaran *fashion* (Studi deskriptif pada akun insstagram @Myjilbab.official)”.

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada be erapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd., Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar di lingkungan UIN SMH Banten.
2. Bapak Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A. Dekan Fakultas Dakwah UIN SMH Banten yang telah mendorong penulis dalam penyelesaian studi dan skripsi.
3. Bapak Tb. Nurwahyu, M.A., Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Fahma Islami, M.Si., Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Ibu Hj. Ilah Holilah S.Ag., M.Si., sebagai pembimbing I yang telah membimbing, mengarahkan, juga meluangkan waktu, ilmu, dan

tenaganya kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi sampai dengan selesai.

6. Ibu Nur Asia, T,M.Si., sebagai pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
7. Bapak Dr. Ayatullah Humaeni, S.Pd.I., MA sebagai penguji I yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan serta ilmu yang berarti bagi penulis selama proses penyelesaian skripsi.
8. Bapak Dr. Adhi Kusuma, S.I.Kom., M.Si. sebagai penguji II yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan serta ilmu yang berarti bagi penulis selama proses penyelesaian skripsi.
9. Pihak dari toko Myjilbab.Official yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
10. Kedua orang tua penulis tersayang, superheroku Ayahanda H. Unus dan pintu syurgaku Ibunda Rohayati yang telah menjadi orang tua terhebat. Terimakasih yang tiada terhingga atas limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, doa yang tidak pernah putus, materi, motivasi, nasihat, perhatian, dan pengorbanan yang diberikan untuk selalu membuat penulis selalu bersyukur telah memiliki keluarga yang luar biasa.
11. Kepada kakak, adik kandung, kakak ipar dan ponakanku. Lili Nur Indah Sari, Junawar Maulana, Ahmad Robiyani dan adik Ade Susilawati, Madrowi, Intan Khalidazia yang selalu menjadi motivasi terbesar penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Sahabat-Sahabat saya yaitu, Heni, Ayubi, Cece, Sifa, Fairuzah, Mita Dan Dewi yang telah mendukung dan memberikan saya semangat untuk tetap mengerjakan skripsi.

13. Rekan-rekan mahasiswa khususnya dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.
14. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sudah banyak membantu penulis memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan dalam menyusun skripsi ini.
15. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Nadia, terimakasih sudah bertahan sejauh ini, terimakasih tetap memilih untuk berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali meras putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetepa menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah diriku dimanapun berada, apapun kurang dan lebihnya dirimu mari merayakan dirimu sendiri.

Skripsi yang telah diselesaikan penulis ini pada dasarnya masih dalam tahap belajar maka dari itu penulis memohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, penulis sangat membutuhkan tanggapan dan saran dari pembaca. Sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi khalayak.

***Wassalamualaikum Wr. Wb.***

Serang, 5 Mei 2024

**NADIA**

NIM. 201510096

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN MUNAQASYAH</b> .....	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	20
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b> .....	<b>21</b>
A. Kajian Pustaka.....	21
1. Komunikasi .....	21
a. Pengertian Komunikasi .....	21
b. Fungsi Komunikasi .....	21

c. Proses Komunikasi .....	22
d. Pemasaran.....	28
e. Komunikasi Pemasaran .....	30
f. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	35
1) Konsep Inti Pemasaran .....	36
g. Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	37
h. <i>Fashion</i> .....	45
B. Ladasan Teori .....	46
1. <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	46
1) Ruang Lingkup <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	48
a. Iklan ( <i>advertising</i> ).....	48
b. Promosi Penjualan.....	52
c. Hubungan Masyarakat & Publisitas.....	53
d. Penjualan Personal .....	54
e. Pemasaran Langsung.....	55
f. Acara .....	56
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>58</b>
A. Metode Penelitian.....	58
B. Informan Penelitian .....	59
C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	60
1. Waktu Penelitian .....	60
D. Teknik Pengumpulan Data .....	60
1. Observasi.....	60
2. Wawancara .....	61
3. Dokumentasi.....	61
E. Analisis Data .....	61

<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	63
1. Sejarah Toko Myjilbab.official .....	63
2. Logo Myjilbab.official .....	64
B. Hasil Penelitian .....	64
1. Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Myjilbab.official .....	64
a. Memanfaatkan Fitur-fitur Instagram.....	64
1) Instastory .....	66
2) Unggahan foto dan video .....	67
3) <i>Highlight</i> /Sorotan.....	70
4) Caption .....	71
b. Menggunakan Strategi Bauran Pemasaran.....	72
1) Strategi Produk Myjilbab.official.....	73
2) Strategi Harga Myjilbab.official.....	75
3) Strategi Tempat Myjilbab.official .....	76
4) Strategi Promosi Myjilbab.official .....	78
2. Keunggulan dan Kemahan Online shop Myjilbab.official.....	78
a. Keunggulan Online shop Myjilbab.official.....	78
b. Kelemahan Online sho Myjilbab.official .....	80
C. Analisis dan Pembahasan .....	81
1. Iklan ( <i>advertising</i> ).....	82
2. Promosi Penjualan.....	83
3. Hubungan Masyarakat .....	84
4. Penjualan Personal .....	85
5. Pemasaran Langsung.....	85
6. Acara (Event) .....	86

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Matrix .....	13
Gambar 4.1 Aplikasi Instagram.....	64
Gambar 4.2 Aplikasi Instagram.....	65
Gambar 4.3 Aplikasi Instagram.....	68
Gambar 4.4 Aplikasi Instagram.....	69
Gambar 4.5 Aplikasi Instagram.....	70
Gambar 4.6 Aplikasi Instagram.....	74