



Sumber :WhatsApp Destiashop

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP SEBAGAI PROMOSI PRODUK UMKM (Studi Fenomenologi Pada *Online Shop Destiashop*)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Nurvaida Budi Lestari

NIM : 1710411206



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022

Nurvaida Budi Lestari, 2022

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP SEBAGAI PROMOSI PRODUK UMKM (Studi Fenomenologi Pada *Online Shop Destiashop*)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]



SKRIPSI

JUDUL PENELITIAN

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP SEBAGAI PROMOSI
PRODUK UMKM (Studi Fenomenologi Pada *Online Shop* Destiashop)**

Disusun Oleh:

NURVAIDA BUDI LESTARI

1710411206

**Skripsi Ini Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

Dosen Pembimbing:

Yani Hendrayani, Ph.D,

Ratu Nadya W., S.Ikom.MM.

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2022

Nurvaida Budi Lestari, 2022

*PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP SEBAGAI PROMOSI PRODUK UMKM (Studi
Fenomenologi Pada Online Shop Destiashop)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan benar:

Nama : Nurvaida Budi Lestari

NIM : 1710411206

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Januari 2022

Yang menyatakan



Nurvaida Budi Lestari

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurvaida Budi Lestari
NIM : 1710411206
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Progam studi : Ilmu Komunikasi

Dengan pembangunan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP SEBAGAI PROMOSI
PRODUK UMKM (Studi Fenomenologi Pada Online Shop Destiashop)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 Januari 2022

Yang menyatakan,



Nurvaida Budi Lestari

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Nurvaida Budi Lestari

NIM : 1710411206

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Sebagai Promosi Produk UMKM (Studi Fenomenologi Pada Online Shop Destiashop)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

PEMBIMBING 1



(Yani Hendrayani, Ph.D)

PENGUJI 1



(Dra. Rini Riyanti, M.Si)

PENGUJI 2



(Ratu Nadya W., S.Ikom.MM.)

KETUA PROGRAM STUDI



(Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 11 Januari 2022

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP SEBAGAI PROMOSI PRODUK UMKM (Studi Fenomenologi Pada Online Shop Destiashop)

Nurvaida Budi Lestari

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai kegiatan promosi yang dilakukan *online shop* di Whatsapp. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai tolak ukur *online shop* dalam melakukan promosi di media sosial, khususnya pada Whatsapp. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah dengan *Purposive Sampling*. Peneliti menggunakan tiga tahapan analisis data yaitu Reduksi Data, Penyajian Data serta Kesimpulan atau Verifikasi dengan Triangulasi Data. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi produk di media sosial Whatsapp dapat memberikan banyak manfaat bagi para UMKM, khususnya bagi yang ingin membuka usaha namun dengan anggaran yang terbatas, dan juga memberikan manfaat kepada para konsumen yang menerima promosi tersebut. Hal ini melatarbelakangi penelitian untuk mengetahui bagaimana cara promosi yang dilakukan Destiashop hingga memberikan manfaat yang di dapatkan ketika melakukan promosi di Whatsapp.

Kata kunci: Media Sosial, *Online Shop*, *Whatsapp Business*, UMKM

***UTILIZATION OF WHATSAPP SOCIAL MEDIA AS A PROMOTION OF
UMKM PRODUCTS (Phenomenological Study on Online Shop Destiashop)***

Nurvaida Budi Lestari

Abstract

This study aims to discuss promotional activities carried out by online shops on Whatsapp. This can be used as a benchmark for online shops carrying out promotions on social media, especially on Whatsapp. The method used is qualitative with a phenomenological approach, this study uses primary data sources and secondary data. The sampling technique used is purposive sampling. Researchers used three stages of data analysis, namely Data Reduction, Data Presentation and Conclusions or Verification with Data Triangulation. The final result of this study shows that product promotion on Whatsapp social media can provide many benefits for UMKM, especially for those who want to open a business but with a limited budget, and also provide benefits to consumers who receive the promotion. This is the background of the research to find out how the promotions carried out by Destiashop provide the benefits they get when doing promotions on Whatsapp.

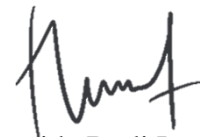
Keywords: Social Media, Online Shop, Whatsapp Business, UMKM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak November 2020 ini adalah **Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Sebagai Promosi Produk UMKM (Studi Fenomenologi Pada Online Shop Destiashop)**. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan motivasi serta partisipasi berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orangtua penulis yaitu Bapak Riduwan, Ibu Romlah, serta Ibu Kandung saya Ibu Sri Lestari yang selalu memberikan doa serta dukungan yang sangat membantu dan memotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi.
2. Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Fitria Ayuningtyas, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Yani Hendrayani, Ph.D selaku dosen pembimbing pertama dan Ratu Nadya W., S.Ikom.MM. selaku dosen pembimbing kedua yang senantiasa membimbing peneliti, memberikan saran yang sangat bermanfaat serta memotivasi peneliti.
5. Teman-teman saya (Meilan, Nida, Syavah, Ulfa, Yohanna, Anggota UFO, Rae, Pie, Sya, Cassie, Tasya, Syahrul, Adam, dan *Streamer* EXODUS) selalu memberikan semangat dari awal kuliah hingga akhir.
6. Peneliti menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran sangat membangun untuk menyempurnakan penelitian ini. Semoga dapat bermanfaat dan berguna bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, terima kasih dari berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Jakarta, 11 Januari 2022



Nurvaida Budi Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
a. Manfaat Praktis	8
b. Manfaat Akademis	8
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Konsep Penelitian	17
a. Promosi	17
b. Media Sosial	20
c. <i>Digital Marketing</i>	24
d. UMKM	26
e. <i>Zero Moment of Truth (ZMOT)</i>	26
2.3 Teori Penelitian	29
2.4 Kerangka Pikiran	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Jenis Penelitian	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Sumber Data	37
3.5 Teknik Analisis Data	37
3.6 Tabel Rencana Waktu	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Diskusi.....	41
4.2. Analisis Data	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2 Waktu Penelitian	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Media Sosial Terbanyak di Indonesia	2
Gambar 2 Status Whatsapp Destiashop.....	5
Gambar 3 <i>Review</i> Whatsapp Destiashop	6
Gambar 4 <i>Zero Moment of Truth</i>	27
Gamabr 5 Whatsapp <i>Business</i> Destiashop.....	32
Gambar 6 Logo Destiashop	33
Gamabr 7 Promosi Status Whatsapp Destiashop	42
Gamabr 8 Promosi Video Status Whatsapp Destiashop.....	45
Gambar 9 Instagram Destiashop	48
Gambar 10 Testimoni Destiashop	49
Gambar 11 Pesan Bot Whatsapp Destiashop	51
Gambar 12 Produk Makanan Bakso Aci Ninikku Destiashop	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	73
Lampiran 2 Coding	96
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	125
Lampiran 4 Riwayat Hidup	130
Lampiran 5 Form Persetujuan Perbaikan Naskah Proposal	132
Lampiran 6 Sertifikat	135
Lampiran 7 Turnitin	137