

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN  
(Studi Deskriptif Pada Aktivitas Belanja Online Riela Shop)

Oleh

REZA RIZALDY HUSAIN  
NIM: 291-411-007

Telah Diperiksa dan Disetujui Untuk Diuji

Pembimbing I

Zulaeha Laisa, S.Sos.,M.Si  
NIP. 19731214 200312 2 001

Pembimbing II

Citra F.I.L DanoPutri S.Pd.,M.I.Kom  
NIP. 19841008 201404 2 001

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Zulaeha Laisa, S.Sos.,M.Si  
NIP. 19731214 200312 2 001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN  
(Studi Deskriptif Pada Aktivitas Belanja Online Riela Shop )

Oleh

**REZA RIZALDY HUSAIN**  
NIM: 291-411-007

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI

Hari/tanggal : Selasa 28 Agustus 2018

Waktu : 11.30 – 12.00

Penguji

Tanda Tangan

1. **Dr. H. Sukarman Kamuli, M.Si**  
Nip. 19670606 200003 1 001

1.....

2. **Zulacha Laisa, S.Sos.,M.Si**  
Nip. 19731214 200312 2 001

3.....

3. **Citra F.I.L. Dano Putri, S.Pd, M.LKom**  
Nip. 19841008 201404 2 001

4.....

MENGETAHUI  
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

  
**Dr. Sastro M. Wantu, SH, M.Si**  
Nip. 19660903 199603 1 001

#### ABSTRACT

Reza Rezaldy Husain. 2018. The Use of Social Media as Marketing Communication Media (Descriptive Study of Online Sale in Riela Shop Online Shopping). Faculty of Social Science, Department of Communication Science, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Zulaeha Laisa, S.Sos., M. Si., and the co-supervisor is Citra F.I.L. Dano Putri, S.Pd., M.I.Kom.

The research aimed to investigate the use of social media as marketing communication media, and it applied qualitative method by employing interview, observation, and documentation as data collection procedure.

Based on the research finding, it could be concluded that the performed advertising was by displaying all products and putting them in BBM Group or posting them directly on Facebook. It started with using BBM group in 2014-2015, Facebook, Instagram and WhatsApp as an alternative of social media in 2016 and 2017. In addition, it involved a telegram group, as well as roles of family, relatives, and employees were very helpful in spreading advertising through social media. Personal Selling was performed by delivering and explaining information interestingly, obviously, and appropriately based on the fact thus the customers bought the products. Then, employees posted the products on their own social media account as well. The public relation was performed by always maintaining a good relationship with the community including the communication, delivering information with good communication to the customers by considering politeness; thus the customers could be satisfied by the service of Riela Online Shop. To market the products, Riela Shop Gorontalo used online media by posting goods stock photos that attract consumers' interest to come to the shop directly or to buy directly through chat or telephone. Therefore, since social media could reach all regions in Indonesia particularly in Gorontalo, thus the Riela Shop Gorontalo limited the service only for customers in Gorontalo City, Bone Bolango, and Limboto.

**Keywords:** *The Use of Social Media, Marketing Communication Media*



## ABSTRAK

Reza Rezaldy Husain. 2018. Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptis Penjualan Online pada Belanja online Riela Shop). Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Gorontalo. Zulaeha Laisa, S.Sos.,M.Si selaku Pembimbing I dan Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd,M.I.Kom selaku Pembimbing II

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan prosedur pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan Periklanan yang dilakukan yaitu dengan memajang semua produk dan memasukannya di Grup BBM atau memposting langsung di facebook. Menggunakan media grup BBM pada tahun 2014-2015, pada tahun 2016 dan tahun 2017 mencoba alternatif pada media sosial facebook, instagram dan Whatsapp, sementara juga dibuatkan grup telegram dan adanya peran serta keluarga, kerabat, karyawan sangat membantu untuk menyebarkan periklanan melalui media sosial. Personal Selling atau penjualan secara pribadi dilakukan melalui penyampaian informasi dari penjelasan yang diberikan secara menarik, jelas dan sesuai dengan kenyataan sehingga pelanggan membeli, karyawan memposting jualan pada masing-masing akun media sosial mereka. *Public Relation* dilakukan dengan selalu menjaga hubungan baik dengan masyarakat, menjalin komunikasi dengan masyarakat, menyampaikan informasi dengan komunikasi yang baik pada pelanggan dengan dengan sopan, berbicara dengan sopan, sehingga pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Riela Online Shop, dengan begitu akan selalu terjalin hubungan yang baik. Pihak Riela Shop Gorontalo dalam memasarkan langsung ke pelanggan produk Riela Shop melalui media online, memposting foto-foto barang yang dijual yang mengundang selera konsumen untuk datang ke toko atau melakukan transaksi langsung melalui chat atau televon. Karena media sosial mencakup semua daerah di Indonesia khususnya di Gorontalo maka Riela Shop Gorontalo hanya dibatasi pada pelanggan daerah Kota Gorontalo, Bone Bolango dan Limboto.

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