

**KARAKTERISTIK PESAN KOMUNIKASI
PEMASARAN DI MEDIA JEJARING SOSIAL**

(Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan komunikasi Pemasaran di Media
Jejaring Sosial Facebook pada Akun Sunsilk Indonesia)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh :

MARIO ALVRISKY MAGISTRA K

08 09 03551 / kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

**KARAKTERISTIK PESAN KOMUNIKASI PEMASARAN
DI MEDIA JEJARING SOSIAL**

(Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan komunikasi Pemasaran di Media Jejaring
Sosial Facebook pada Akun Sunsilk Indonesia)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

MARIO ALVRISKY MAGISTRA K

08 09 03551 / KOM

Disetujui oleh :



Dhyah Ayu Retno Widvasty, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi :

**KARAKTERISTIK PESAN KOMUNIKASI PEMASARAN
DI MEDIA JEJARING SOSIAL**

(Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan komunikasi Pemasaran di Media Jejaring
Sosial Facebook pada Akun Sunsilk Indonesia)

Penyusun : Mario Alvrisky Magistra K.

NIM : 08 09 03551

Telah diujika dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari/Tanggal : Rabu, 17 Oktober 2012

Pukul : 14.00

Tempat : Ruang pendadaran lantai 2
Gedung FISIP UAJY

TIM PENGUJI :

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno Widyastuty, S.Sos., M.Si

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA

Penguji II



.....
.....
.....
.....

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mario Alvrisky Magistra K

Nomor Mahasiswa : 08 09 03551/ KOM

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan

Judul Karya Tulis : **KARAKTERISTIK PESAN KOMUNIKASI
PEMASARAN DI MEDIA JEJARING SOSIAL**
(Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan komunikasi
Pemasaran di Media Jejaring Sosial Facebook pada Akun
Sunsilk Indonesia)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Laporan kuliah kerja lapangan ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh TIM fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Yogyakarta 28 Oktober 2012



Mario Alvrisky Magistra K



KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat rahmat Tuhan Yang Maha Esa, pengerjaan tugas akhir untuk memperoleh gelar keserjanaan S.I.Kom ini dapat terselesaikan.

Skripsi merupakan salah satu persyaratan wajib yang menjadi persyaratan untuk dapat menyelesaikan perkuliahan di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya.

Skripsi yang berjudul Karakteristik Pesan Komunikasi Pemasaran di Media Jejaring Sosial (Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan komunikasi Pemasaran di Media Jejaring Sosial Facebook pada Akun Sunsilk Indonesia) berangkat dari rasa penasaran penulis akan ketidak sesuaian antara fungsi-fungsi komunikasi antara fungsi pesan dengan fungsi media yang digunakannya. Namun banyak diantara merek-merek besar.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak telah berperan dalam membantu penulis selama proses penulisan skripsi ini. Oleh karena dengan penuh kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan YME, Terima kasih atas rahmat dan karunia-Mu. Rejeki dan perlindungan-Mu selama proses pengerjaan proposal, perjalanan menuju tempat KKL, proses KKL hingga terselesaikannya KKL laporan KKL ini.
2. Ibu Dyah Ayu Retno W. S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang telah berkenan menjadi rekan diskusi dan mengerahkan semua energinya untuk membimbing dan memeriksa lapaoran penulis sehingga dapat menjadi karya yang indah.
3. Bapak Drs, Agus Putranto M,Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak banyak saran dan masukan bagi penulis.
4. Bapak Bambang Wiratmojo S.Sos., M.Si. yang pernah membantu penulis dalam menyusun proposal KKL ini.

5. Kedua Orang Tua penulis tercinta, juga adik penulis, yang telah memberikan dukungan penuh moral maupun finansialnya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan kuliah ini.
6. Vivin Viviandini. Segala dukungan, semangat, motivasi, dan bantuan-bantuannya dari awal penyusunan proposal hingga terselesaikannya skripsi ini. Segala yang kamu lakukan telah menyempurnakan apa yang tidak mampu aku lakukan. Mungkin tanpa bantuanmu skripsi ini tidak akan menjadi seperti ini
7. Yusi, Niken, dan Vivin yang telah menjadi pom-pom girl saat ujian skripsi berlangsung
8. Seluruh teman-teman dan sahabat penulis di FISIP UAJY yang telah membantu dan mendukung penulis. Terima kasih atas aktu saran, masukan dan diskusinya hingga malam.
9. Teman APC dan UKM Renang yang terus menayakan progres skripsi dan menjadikan penulis terpacu untuk terus menyelesaikan skripsi ini

Penulis pun menyadari bahwa tiada karya yang sempurna, begitu pula dengan karya tulis skripsi ini, tentunya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan terdapat banyak kekurangan di sana sini, karena itu penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan-kesalahan yang disengaja maupun tidak.

Akhir kata, dengan segenap ketulusan dan kerendahan hati penulis ucapkan selamat membaca laporan skripsi ini, semoga dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan bagi masa depan yang lebih baik.

Yogyakarta, 28 Oktober 2012

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Orisinalitas	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstraksi	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan KKL	8
D. Manfaat KKL	8
E. Kerangka Teori	9
F. Kerangka Konsep	30
G. Metodologi Penelitian	38
BAB II. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
A. Media Jejaring Sosial Facebook	43
B. Sekilas Tentang <i>Fanpage</i> Sunsilk Indonesia	47
C. Sekilas Tentang Merek Sunsilk	58

BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA

A. Temuan dan Diskripsi Data	63
B. Analisis Data	120

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	142
B. Saran	144

DAFTAR PUSTAKA	146
-----------------------------	-----

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Statistik Penduduk Indonesia.....	1
Tabel 1.2 : Pertumbuhan Pengguna Facebook Dunia.....	2
Tabel 1.3 : <i>The Most Favorable Brand In Social Media</i> 2010.....	5
Tabel 1.4 : <i>The Most Favorable Brand In Social Media</i> 2012.....	7
Tabel 2.1 : Market Share Industri shampoo di Indonesia.....	61
Tabel 3.1 : Karakteristik Pesan 1.....	121
Tabel 3.2 : Karakteristik Pesan 2.....	124
Tabel 3.3 : Karakteristik Pesan 3.....	126
Tabel 3.4 : Karakteristik Pesan 4.....	128
Tabel 3.5 : Karakteristik Pesan 5.....	130
Tabel 3.6 : Karakteristik Pesan 6.....	132
Tabel 3.7 : Karakteristik Pesan 7.....	134
Tabel 3.8 : Karakteristik Pesan 8.....	135
Tabel 3.9 : Karakteristik Pesan 9.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Proses R-R sebagai Pemaknaan Pesan	19
Gambar 1.2 : Unsur-Unsur dalam Proses Komunikasi Pemasaran	24
Gambar 1.3 : Kerangka Berfikir Penelitian	37
Gambar 2.1 : Tampilan Awal Media Jejaring Sosial Facebook	43
Gambar 2.2 : Tampilan Akun <i>Fanpage</i> Facebook Sunsilk Indonesia	47
Gambar 2.3 : Aplikasi Sunsilk Hair fashion	51
Gambar 2.4 : Aplikasi Sunsilk Tantangan 7 Hari	52
Gambar 2.5 : Aplikasi The Fortune Closet	53
Gambar 2.6 : Aplikasi Sunsilk Hair fashion	54
Gambar 2.7 : Sunsilk Hair Fashion Makeover	56
Gambar 2.8 : Aplikasi A Dress to Remember	57
Gambar 2.9 : Logo Merek Sunsilk	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Tampilan Link ke www.bloodforlife.wordpress.com (blog milik bold for life Indonesia) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 8 Mei 2012 tentang International Redcross Day dan tanggal 14 Juni 2012 tentang World Blood Donor Day.

Lampiran 2

Tampilan Link ke www.kompas.com (rubrik Female Kompas.com) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 9 Mei 2012 tentang penawaran Sunsilk Black Shine.

Lampiran 3

Tampilan Link ke www.catatanistri.com dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 9 Mei 2012 tentang penawaran Sunsilk Frizz & Weather Defense.

Lampiran 4

Tampilan link ke *fanpage* Facebook Mesty Ariotedjo dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 13 April 2012 tentang Mesty sebagai personel Band Svarga.

Tampilan link ke *fanpage* Facebook Mesty Ariotedjo dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 25 April 2012 tentang ucapan selamat ulang tahun untuk Mesty Ariotedjo.

Tampilan link ke *fanpage* Facebook Mesty Ariotedjo dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 30 April 2012 tentang talenta Mesty.

Tampilan link ke *fanpage* Facebook Mesty Ariotedjo dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 3 Mei 2012 tentang iklan produk Sunsilk.

Lampiran 5

Tampilan link ke *fanpage* Facebook Raisa dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 6 Juni 2012 tentang Ucapan selamat ulang tahun untuk Raisa.

Lampiran 6

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 4 April, 9 April, 7 Mei, 21 Mei, 14 Mei 28 Mei, dan 25 Juni 2012 tentang ajakan untuk *share* foto fashion diri (*The Looks*).

Lampiran 7

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 9 April, 18 April, 23 April dan 30 April 2012 tentang ajakan untuk bermain dalam The Fortune Closet.

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 11 April 2012 tentang ajakan dan pengumuman pemenang *Fortune Closet*.

Lampiran 8

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 12 Juni, 14 Juni, dan 20 Juni 2012 tentang ajakan untuk mengikuti event A Dress to Remember.

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 11 Juni, 14 Juni, dan 18 Juni 2012 tentang informasi mengenai event A Dress to Remember.

Lampiran 9

Tampilan link ke aplikasi Facebook dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 12 Juni dan 13 Juni tentang ajakan untuk mengikuti *event A Dress to Remember*.

https://www.facebook.com/SunsilkIndonesia/app_218999514887848

Lampiran 10

Tampilan link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 12 April 2012 tentang ajakan untuk bergabung dalam *The Looks* dan pengumuman pemenang bulan Maret.

Tampilan link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 5 Juni 2012 tentang ajakan untuk bermain dalam *The Looks* dan pengumuman pemenang bulan Mei.

Lampiran 11

Tampilan link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 12 April 2012 tentang pemenang *The Looks* bulan Maret dan ajakan berpartisipasi.

Lampiran 12

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 2 Mei 2012 tentang pemenang *The Looks* Bulan April.

Lampiran 13

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 5 Juli 2012 tentang pemenang *The Looks* Bulan Mei dan ajakan berpartisipasi.

Lampiran 14

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 18 April 2012 tentang *Hair Fashion Makeover*.

Lampiran 15

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 13 Juni 2012 tentang ajakan mengikuti *event A Dress to Remember* dan tips memilih spatu untuk acara *prom nite*.

Lampiran 16

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 26 Juni 2012 tentang ucapan terima kasih atas partisipasi audien dalam *event A Dress to Remember*.

Lampiran 17

Tampilan Link ke www.hairfashion.me (blog Sunsilk) dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 9 Mei, 16 Mei, 8 Juni, 22 Juni 2112 tentang *The Experts*.

Lampiran 18

Tampilan Link ke www.sunsilk.co.id dari status *fanpage* Sunsilk Indonesia tanggal 24 April 2012 tentang *hair identity*

ABSTRAKSI

Pertumbuhan dan perkembangan pengguna internet di Indonesia yang cukup pesat beberapa dekade ini turut mempengaruhi perubahan *landcape* dunia komunikasi pemasaran. Pengguna Facebook di Indonesia yang menempati urutan tiga dunia menjadikan para komunikator pemasaran berbondong-bondong beralih menggunakan media ini dalam melakukan aktivitas komunikasi pemasarannya. Namun secara kajian teoritis ilmu komunikasi, hal ini menimbulkan sebuah pertanyaan dan kejanggalan tersendiri. Mengacu pada kerangka konsep yang dikemukakan oleh William I Gordon tentang fungsi komunikasi, media jejaring sosial seperti Facebook merupakan media yang didesain untuk menjalankan fungsi-fungsi sosial komunikasi seperti aktualisasi diri, menjalin relasi, dan memperoleh kesenangan. Hal ini tidak sesuai dengan aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan di media tersebut, aktivitas komunikasi pemasaran memiliki fungsi komunikasi sebagai fungsi Instrumental dimana aktivitas komunikasi pemasaran memiliki fungsi menginformasikan, membujuk, dan tujuan-tujuan tertentu lainnya. Kejanggalan ini ternyata tidak sejalan dengan kenyataannya. Banyak merek-merek yang berhasil memanfaatkan media jejaring sosial sebagai media komunikasi pemasarannya, salah satunya merek sampo Sunsilk.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik pesan komunikasi pemasaran di media sosial tersebut berangkat dari tinjauan fungsi komunikasi yang dimilikinya. Penelitian ini akan mendeskripsikan karakteristik pesan komunikasi pemasaran di media jejaring sosial Facebook pada akun Sunsilk Indonesia. Pemilihan akun Sunsilk Indonesia didasarkan pada riset yang telah dilakukan oleh majalah SWA bahwa akun tersebut merupakan salah satu akun yang berhasil di media sosial dan menjadikan merek yang paling diperbincangkan.

Penelitian ini menggunakan beberapa teori seperti teori model desain pesan dan teori *e-marketing communication* sebagai *guiding* dalam melakukan penelitian. Peneliti juga menggunakan teori tentang komunikasi pemasaran dan komunitas merek virtual dalam melakukan interpretasi terhadap data. Sebagai teori yang mendasari permasalahan yang diangkat, peneliti menggunakan kerangka konsep tentang komunikasi pemasaran yang dikemukakan oleh William I Gordon.

Penelitian ini dilakukan pada dokumentasi status akun Sunsilk Indonesia pada tanggal 1 April 2012 – 30 Juni 2012. Peneliti mengelompokkannya berdasarkan fungsi komunikasi, level komunikasi, dan tujuan komunikasi komunikasi pemasaran yang dimilikinya. masing-masing kelompok karakteristik akan dideskripsikan menurut dimensi fisik, isi dan cara penyampaian pesannya. Penelitian ini menemukan bahwa pesan komunikasi pemasaran di media jejaring sosial Facebook pada akun Sunsilk Indonesia memiliki karakteristik pesan yang memadukan fungsi sosial dan fungsi instrumental komunikasi. Pesan-pesan tersebut mampu menciptakan sebuah interaksi komunikasi antara merek dengan audiennya

Kata Kunci : Pesan, komunikasi pemasaran, media jejaring sosial