

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN  
SAYURBOX PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**Maria Meltinda Amara**

**190907033**

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

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN SAYURBOX  
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Ikom)

disusun oleh:

MARIA MELTINDA AMARA

190907033

disetujui oleh:

Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA., Dr.Phil.

Dosen Pembimbing

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

2023

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Sayurbox pada Media Sosial Instagram

.....

Penyusun : Maria Meltinda Amara

.....

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 8 November 2023

Pukul : 13.00 - Selesai

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 1, Gedung FISIP UAJY

TIM PENGUJI

**Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., MA., Ph.D.**

Penguji Utama

.....

**Yoseph Bambang Wiratmojo S.Sos., MA., Dr.Phil.**

Penguji I

.....

**Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom.**

Penguji II

.....

  
.....  
**Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.**

Ketua Program Studi SI Ilmu Komunikasi

## SURAT PERNYATAAN PENYIMPANAN IJAZAH

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Maria Meltinda Amara  
NPM : 190907033  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Nomor HP : 081239417059  
Tanggal Yudisium : 28 November 2023

Menyatakan bahwa saya dapat menerima ketentuan masa penyimpanan ijazah Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah selama 1 (satu) tahun setelah diterbitkan. Apabila dalam jangka waktu 1 (satu) tahun setelah diterbitkan ijazah tidak saya ambil, maka jika ijazah hilang, rusak atau terbakar bukan menjadi tanggungjawab Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh.

Yogyakarta, 28 November 2023

Yang bertandatangan,

  
Maria Meltinda Amara

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Tuhan Yesus Kristus sebagai bentuk ucapan syukur saya atas berkat yang selama ini diberikan dalam menyelesaikan Skripsi ini

Kepada kedua orang tua saya yaitu Mama saya (Maria Lalan Driana) dan Bapak saya (Indrayadi) sebagai tanda telah menyelesaikan studi Pendidikan di Perguruan Tinggi

Kepada saudara dan teman-teman yang telah memberikan motivasi, semangat, dan dorongan untuk terus menyelesaikan skripsi hingga akhir.

Kepada Dosen dan seluruh civitas Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna sehingga peneliti memiliki kesempatan untuk berkembang.

**KESUKSESAN TAK MEMERLUKAN PENJELASAN.**

**KEGAGALAN TAK MEMPERBOLEHKAN ALASAN.**

**(NAPOLEON HILL)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Implementasi Komunikasi Pemasaran Sayurbox pada Media Sosial Instagram”*** Sebagai syarat menyelesaikan studi Program Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi, peneliti menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti ingin berterima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu mencurahkan berkat dan rahmat-Nya kepada peneliti sehingga dapat bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Mama tercinta (Maria Lalan Driana) dan Bapak tercinta (Indrayadi) yang selalu mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan skripsi dan menjadi motivasi saya setiap harinya untuk segera lulus dan mendapat gelar sarjana
3. Sahabat-sahabat saya yang jauh maupun dekat (Gian, Dicky, Cisa, Dwi, kak Devi, kak Lika, dan semua sahabat di Jogja yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu) terima kasih selalu memberi motivasi, semangat dan mendengarkan curhatan saya selama mengerjakan skripsi
4. Bapak Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA., Dr.Phil. yang telah memberikan ilmu dan sabar membimbing peneliti sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

5. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai tempat peneliti menimba ilmu.
6. Teman-teman angkatan seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah mendukung dan berjuang bersama selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
7. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri, Maria Meltinda Amara yang telah bertahan, semangat, berjuang, dan sabar selama penyusunan skripsi ini.



Peneliti



## ABSTRAK

Aktivitas pelaku usaha hingga saat ini semakin beragam. Sejalan dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, para pelaku usaha berlomba-lomba untuk memasarkan produknya tidak hanya melalui *e-commerce*, akan tetapi media sosial yang menjadi sarana untuk berkomunikasi dan berbagi informasi kini fungsinya telah berkembang salah satunya digunakan untuk berbisnis secara *Online*. Sejalan dengan perkembangan tersebut, fenomena toko *online* pun merambah hingga ke bidang bisnis pertanian. Salah satu *startup* di Indonesia yang bergerak di bidang pertanian digital dan menggunakan media sosial instagram untuk mempromosikan produknya, yaitu Sayurbox. Pada media sosial tersebut, Sayurbox memiliki *followers* terbanyak dibandingkan perusahaan sejenis lainnya. Sayurbox juga memiliki berbagai prestasi salah satunya yakni memenangkan kompetisi Seedstarts Jakarta dan mendapat pendanaan hingga sekitar Rp28 miliar. Berkaitan dengan berbagai hal tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam terkait Implementasi komunikasi pemasaran apa yang digunakan Sayurbox dalam memanfaatkan media sosial Instagram tersebut. Melihat hal tersebut, adaptasi dan modifikasi dalam usaha yang dijalankan juga sangat penting, dengan begitu produk yang diciptakan dapat bersaing dan berbeda dengan pasar lainnya yang sudah ada.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan Observasi, Wawancara (Online), dan Dokumentasi agar data dan hasil yang diperoleh sesuai. Analisis data akan dilakukan dengan tahapan yang meliputi pengumpulan data,



pemilihan data, penyajian data, dan terakhir ditarik kesimpulan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi inspirasi untuk mengimplementasikan komunikasi pemasaran yang memanfaatkan media sosial seperti instagram, membantu mengevaluasi agar dapat mengembangkan dan meraih target lain yang belum tercapai oleh Sayurbox, serta menjadi inspirasi bagi perusahaan lain yang baru merintis dengan usaha yang sejenis.

Kata kunci: Implementasi, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Aplikasi Instagram



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Praktis .....	8
1.4.2. Manfaat Akademis .....	8
1.5. Kerangka teori .....	9
1.5.1. Komunikasi Pemasaran.....	9
1.5.2. Implementasi dalam Konteks Komunikasi Pemasaran .....	11
1.5.3. Media Sosial Marketing .....	12
1.6. Kerangka Konsep .....	19
1.7. Metodologi Penelitian .....	22
1.7.1. Jenis Penelitian.....	22
1.7.2. Metode Penelitian.....	22
1.7.3. Subjek dan Objek Penelitian .....	23
1.7.4. Sumber dan Jenis Data .....	23
1.7.5. Metode Pengumpulan Data .....	24
1.7.6. Teknik Triangulasi Data .....	26
1.7.7. Analisis Data .....	27

BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN SUBYEK PENELITIAN.....	29
2.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	29
2.2. Deskripsi Subyek Penelitian.....	36
2.2.1. Regina .....	36
2.2.2. Nadhira.....	38
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
BAB IV PENUTUP .....	131
DAFTAR PUSTAKA .....	136
LAMPIRAN.....	141



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Persentase Media Sosial yang Aktif Digunakan .....	2
Gambar 1. 2. Followers Instagram Startup dibidang Pertanian Digital .....	5
Gambar 1. 3. Kerangka Konsep .....	21
Gambar 2. 1. Peta Lokasi Kantor Pusat Sayurbox .....	30
Gambar 2. 2. Peta Persebaran Lokasi Kantor Sayurbox di Pulau Jawa .....	30
Gambar 2. 3. Logo Lama Sayurbox .....	31
Gambar 2. 4. Logo Baru Sayurbox .....	32
Gambar 2. 5. Konsep Logo Baru Sayurbox .....	33
Gambar 3. 1. Tangkapan Layar Sampul Konten Reels Akun @sayurbox .....	112
Gambar 3. 2. Tangkapan Layar Feeds Akun @sayurbox .....	113
Gambar 3. 3. Tangkapan Layar Guides akun Instagram .....	114
Gambar 3. 4. Tangkapan Layar Beberapa Stories dari Akun @sayurbox .....	115
Gambar 3. 5. Tangkapan Layar Highlight Produk dari Sayurbox .....	116
Gambar 3. 6. Tangkapan Layar Tampilan LinkTree dari Sayurbox .....	117
Gambar 3. 7. Tangkapan Layar Bio Akun @sayurbox .....	117
Gambar 3. 8. Contoh Komentar Interaksi dari Followers dan Sayurbox .....	118
Gambar 3. 9. Hashtag yang digunakan oleh SayurBox .....	119
Gambar 3. 10. Contoh Caption yang digunakan oleh SayurBox .....	119
Gambar 3. 11. Contoh Interaksi Jumlah Like pada Unggahan Sayurbox .....	120
Gambar 3. 12. Akun Threads dari Sayurbox .....	120
Gambar 3. 13. Filter Sayurbox yang dibuat untuk dimainkan oleh Followers ...	121
Gambar 3. 14. Tampilan Business Chat dari Sayurbox .....	121
Gambar 3. 15. Sayurbox menggunakan Fitur Live .....	122
Gambar 3. 16. Tampilan Sayurbox Shop di Instagram .....	123
Gambar 3. 17. Tampilan Instagram Tagged Akun Sayurbox .....	124

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Tabel Implementasi Konten Juni.....	50
Tabel 3. 2. Tabel Implementasi Konten Juli.....	66
Tabel 3. 3. Tabel Implementasi Konten Agustus.....	82

