STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FASHION TRIFTING DI TOKO SOM SNEAKERS

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Diajukan oleh :

REYVANSA WAHYU HANIF SIREGAR

NIM/NPM : 71200612052

Program Studi Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

MEDAN

2024

KATA PENGANTAR

Puji Dan Syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, berkat dan karunia nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FASHION TRIFTING DI TOKO SOM SNEAKRES"** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Di Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Sumatera Utara, Medan.

Pada kesempatan ini secara khusus penulis menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

- Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada penulis dalam menghadapi setiap proses kehidupan yang tidak mudah ini.
- Ibu **Dr. Safrida S.E M.SI** selaku rektor Universitas Islam Sumatera Utara.
- **Ridwan Nasution, S.Sos., M.Kom.I** selaku Dekan Difakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik sekaligus sebagai Dosen pembimbing I yang telah banyak sekali memberikan dukungan, arahan dan bimbingan berharga dalam menyelesaikanskripsi ini.
- Bapak **Febri Ichwan Butsi S.sos M.A** sebagai pembimbing II yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

- Kepada para penguji, ketua prodi, dan seluruh staf yang ada difakultas ilmu sosial dan ilmu politik, terima kasih banyak telah memberikan usulan, saran dalam perbaikan skripsi ini agar lebih baik lagi.
- Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi, di Universitas Islam Sumatera Utara yang mana telah memberikan penulis ilmu dan pengetahuan selama menempuh pendidikan diprogram studi ilmu Komunikasi ini.
- Kepada Owner dari Toko Trifting SOM Sneakers **Bapak Aan Marpaung SE**, yang beralamat di JL Sultan Hasanuddin No 19 Rambung Barat kecamatan Binjai Selatan, Kota Binjai Sumatera Utara 2074, terima kasih atas segala informasi dan dokumen serta dokumentasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Kepada para konsumen toko Trifting SOM Sneakers terima kasih atas segala informasi dan dokumen serta dokumentasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Kepada kedua orangtua tersayang dan terhebat. **Junedi Siregar dan SuriaNingsih Hasibuan,** terima kasih telah menjadikanku putra kalian yang penuh cinta dan kebahagiaan, terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tiada tara selama ini. Penulis bangga menjadi putra kalian
- Kepada saudara penulis abang kami terima kasih karena telah mengajarkan penulis bahwa jangan bergantung kepada siapapun dan terimakasih mungkin doa dan dukungannya selama ini.

- Kepada sahabat seperjuangan dikampus dan rekan-rekan seperjuangan terima kasih atas segala dukungan, material,moril,dan beban nya kepada penulis sehingga masih bisa sehat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk perbaikan skripsi ini agar lebih baik lagi serta bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

Medan, 2024

Penulis

REYVANSYAH WAHYU HANIF SIREGAR

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **vii**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 5

C. Pembatasan Masalah 5

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 5

E. Kerangka Teori 7

F. Kerangka Konsep dan Definisi Operasinal 17

G. Metodologi Penelitian 19

1. Metode Penelitian 19

2. Lokasi Penelitian 19

3. Informan Penelitian 19

4. Teknik Pengumpulan Data 22

H. Sistematika Penulisan 26

BAB II URAIAN TEORITIS **22**

A. Pengertian Komunikasi Pemasaran 22

B. Pengertian *Trifting* 23

C. Reformasi Strategi Pemasaran 25

D. Bauran Pemasaran 26

BAB III DESKRIPSI METODE PENELITIAN 31

A. Metode Penelitian 31

B. Tempat dan Waktu Penelitian 33

C. Populasi Dan Sampel 33

D. Informan Penelitian 34

E. Tekhnik Pengumpulan Data 36

F. Tekhnik Analisis Data 39

BAB IV HASIL PENELITIAN 43

A. Hasil Wawancara 58

B. Analisis dan Pembahasan 61

C. Adanya Tindakan yang Dilakukan 61

D. Adanya program yang dilaksanakan 62

E. Adanya Peran strategi pemasaran dan bauran pemasaran 63

BAB V PENUTUP 66

A. Kesimpulan 66

B. Saran 67

DAFTAR PUSTAKA 69

LAMPIRAN 71

DAFTAR TABEL

Hal

1. Tabel alamat Toko Som Sneakers 50

DAFTAR GAMBAR

Hal

1. Gambar skema pemikiran 18

DAFTAR LAMPIRAN

Hal

1. Hasil wawancara 71
2. Hasil dokumentasi 86

DAFTAR PUSTAKA

Fauzan Azima Sembiring dan Indira Fatta Deni 2022, Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/Trift Shop Pada Pasar 18 Kota Binjai

Jujun S.Soeryasumantri (1978), Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer, Jakarta:Sinar Harapan.

Rizky (2020), Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Reresecondhand57 melalui media sosial instagram dalam mempromosikan pakaian trift

Sugiyono, 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dan R Dan D, (Bandung: alfabeta)

Sugiyono, 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dan R Dan D, (Bandung: alfabeta)

Sugiyono, 2017. Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dan R Dan D, (Bandung: alfabeta)

Sugiyono, 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dan R Dan D, (Bandung: alfabeta)

Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP

Panuju dan Redi,(2019). Komunikasi Pemasaran (Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi,Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran). Jakarta: Prenadamedia Group.

Nurngaeni dan Atik, (2021). Analisis Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap). Jurnal Manajemen dan Ekonomi, 197.

Firmansyah dan M Anang;. (2020). Komunikasi Pemasaran. Jawa Timur: Qiara Media.

Fawzi, Marissa Grace Haque et all;(2022). Strategi Pemasaran. Tanggerang Selatan: Pascal Books.

Malik, A. S., Jayanti, A., Sanjaya, V. F., & Alawiyah, I. T. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baju Thrift di Shabira Store Kabupaten Tulang Bawang. Srikandi, 1(2), 95-102.

Harjanto, W. (2013). MANIS YANG BELUM SUDAH: Identitas dan Subjektivitas Pakaian Bekas di Yogyakarta. Tesis. Universitas Sanata Dharma.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2021). Kamus versi online/ daring (dalam jaringan). (E. Setiawan, Editor) Dipetik 02 19, 2023, dari https://kbbi.web.id/rombeng.html

Savira, V. S., & Yulianti, I. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shop. Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi, 1(1), 110-118.

Reza, Faisal;. (2020). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Mengokohkan Citra Merek (Studi Deskriptif Kualitatif pada Warung Kopi Imah Babaturan di Kota Bandung). ARTCOM, 19-21.

Hendrayani, Eka et all. (2021). Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep). Bandung: Media Sains Indonesia.

Halim, Ismail. (2022). Marketing Mix (Bauran Pemasaran). 3.

Hendrayani, Eka et all. (2021). Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep). Bandung: Media Sains Indonesia.

Hermawan, Fajar Tri;. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda di Komplek Graha Indah Bekasi). Jurnal, 7-8.

Lestari, & Petri, S. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Produk. Jurnal Interakasi, 4(2), 139–147

Suhardi, Y., Burda, A., Zulkarnaini, Darmawan, A., & Oktavia, L. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, 4(2), 583-594.

Hayati, M., & Susilawati, N. (2021). Thrifting Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa Di Pasar Putih Bukittinggi. Jurnal Prespektif, 4(3), 359-370.

Pane, D. M., Punia, N., & Nugroho, W. B. (2018). Fashion Sebagai Penciptaan Identitas Diri Di Kota Denpasar. Jurnal Ilmiah Sosiologi, 1(2), 1-8

Sembiring, F. A., & Deni, I. F. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/ Thrift Shop Pada pasar 18 Kota Binjai. Best Journal, 5(2), 428-433

Simbolon, T. (2021). Apa Itu Thrifting? Berikut Arti Thrifting, Plus Tips dan Trik Berbelanja. 7 Juni 2021. www.suara.com.

Fawzi, Marissa Grace Haque et all;. (2022). Strategi Pemasaran. Tanggerang Selatan: Pascal Books.