



Komunikasi Pemasaran Berbasis Komunitas di *Platform X* Komunitas Murah-Murah

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam Bidang
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh

Nasywa Fadya

41182037210051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI
2025**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 17 Juni 2025



Nasywa Fadya

41182037210051

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Berbasis Komunitas di *Platform X*
Komunitas Murah-Murah
Nama : Nasywa Fadya
NPM : 41182037210051
Konsentrasi : *Public Relations*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 17 Juni 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

The image shows a handwritten signature in blue ink over a blue circular official stamp. The stamp contains the text 'F.K.S.B. KOMUNI', 'UNIVERSITAS ISLAM 45', and 'BEKASI'.

Winda Primasari, S.Hum., M.Si.

NRP: 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi

The image shows a handwritten signature in blue ink.

Saepudin, S.S., M.Soc.Sc

NRP: 45.1.01.11.2011.031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul: Komunikasi Pemasaran Berbasis Komunitas di *Platform X*
Komunitas Murah-Murah

Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 25 Juni 2025

Waktu : 14.00 – 15.00 WIB

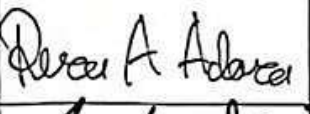
Oleh

Nama : Nasywa Fadya

NPM : 41182037210051

Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji	Winda Primasari, S.Hum., M.Si	
Penguji I	Reza A Adara, M.A	
Penguji II	Saepudin S.S., M.Soc .Sc	

Bekasi, 10 Juli 2025

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan
Bahasa


Saepudin, S.S., M.Soc.Sc
NRP: 45.1.01.11.2011.031

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Winda Primasari, S.Hum., M.Si.
NRP: 45.1.01.02.2012.016

PRAKATA

Puji serta syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat ilmu dan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan dan menulis laporan penelitian skripsi dengan ketentuan yang ada. Dalam penelitian ini judul yang penulis ambil adalah “Komunikasi Pemasaran Berbasis Komunitas di *Platform X* Komunitas Murah-Murah”.

Penulisan penelitian ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi yang dilaksanakan tepat pada akhir semester 8 (delapan). Ada banyak pihak yang telah menjadi bagian penting dalam tersusunya penelitian ini. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa ta’ala, selaku Tuhan, pencipta dan Pemilik Kehidupan.
2. Bapak Saepudin SS, M.Soc.Sc selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa sekaligus pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membimbing penulis, memberikan masukan pada setiap permasalahan yang terjadi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Winda Primasari, S.Hum, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Kepada seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi. Terima kasih atas dedikasi, bimbingan, dan ilmu yang telah Bapak/Ibu berikan selama ini.
5. Diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas skripsi ini. Skripsi ini bukan hanya sebuah lembaran kertas, melainkan cerminan dari kegigihan dan semangat belajar yang tak pernah padam. Ini adalah awal dari babak baru, dan semoga ilmu yang didapat bisa bermanfaat bagi banyak orang.
6. Bapak Herawan Rukmana dan Ibu Lita Setianingsih selaku orang tua penulis yang selalu memberikan do’a, semangat dan dukungan kepada penulis selama menyusun skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bukti cinta dan bakti, serta sedikit balasan atas segala jerih payah yang telah kalian curahkan. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kebahagiaan, kesehatan, dan keberkahan untuk kalian berdua.

7. Nabila Khalisha dan Fakhri Ardhan Aldiva selaku kaka yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas uluran tangan dan ketulusan hati yang tak pernah lelah membantu.
8. Linendia, Isnayuni, Hafsyah dan Luqiwina selaku teman terdekat penulis yang selalu menyemangati dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Rian Cahya Putra selaku partner penulis yang sudah membantu dan mensupport penulis setiap waktu. Terima kasih atas pengertian, kesabaran, serta dukungan moral yang tak henti-hentinya.
10. Terima kasih kepada teman-teman EX P3 yang selalu ada, baik dalam tawa maupun air mata. Kalian adalah pendengar terbaik, pemberi nasihat paling jujur, dan sumber inspirasi yang tak pernah habis. Kehadiran kalian yang membuat setiap beban terasa lebih ringan dan setiap pencapaian terasa lebih bermakna. Terima kasih atas segalanya, kalian adalah bagian tak terpisahkan dari cerita ini.
11. Terima kasih kepada anggota Komunitas Murah-Murah *Platform X* yang sudah membantu penulis untuk wawancara untuk menyelesaikan hasil penelitian ini.
12. Semua teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Islam 45 Bekasi yang selalu menyemangati setiap kesulitan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan penelitian ini di masa depan. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang penelitian pemasaran berbasis komunitas yang penulis lakukan bisa bermanfaat bagi pembaca.

Bekasi, 17 Juni 2025

Nasywa Fadya

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa
2025

Nasywa Fadya/41182037210051

Komunikasi Pemasaran Berbasis Komunitas di *Platform X*

Komunitas Murah-Murah

Dibawah bimbingan Bapak Saepudin SS, M.Soc.Sc

125 halaman + xiii romawi, 1 tabel, 1 bagan, 20 gambar, 23 lampiran

Penelitian ini menganalisis model keberhasilan digital Komunitas Murah-Murah X dalam membangun dan mempertahankan basis anggota yang loyal. Penelitian ini fokus pada empat pilar utama: Kepercayaan Konsumen, *Brand Awareness*, Pendekatan dengan Konsumen, dan Hubungan Jangka Panjang. Metode kualitatif digunakan melalui studi kasus dengan pengumpulan data dari interaksi komunitas dan observasi langsung terhadap aktivitas anggota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan Konsumen merupakan fondasi utama, terbangun dari transparansi interaksi dan mekanisme perlindungan proaktif admin, yang memfasilitasi lingkungan jual beli yang amanah. *Brand Awareness* Komunitas Murah-Murah X sangat kuat dan berkembang pesat, didorong oleh nilai inti hemat dan berbagi serta *word-of-mouth* yang masif. Pendekatan dengan Konsumen efektif melalui penyajian produk yang menarik dan jujur, penawaran barang unik, serta proses belanja yang mudah dan aman berkat arahan transaksi ke *platform e-commerce* terpercaya. Seluruh pilar ini secara strategis bermuara pada pembentukan Hubungan Jangka Panjang, yang bertujuan mengubah pelanggan baru menjadi pelanggan setia dan sebagai advokat komunitas. Kesimpulannya, Komunitas Murah-Murah X berhasil mengukuhkan posisinya sebagai *platform* jual beli digital yang unggul melalui kombinasi unik antara transparansi komunikasi, keamanan proaktif, pendekatan konsumen yang berorientasi nilai, dan pembangunan hubungan jangka panjang yang kokoh.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Komunikasi Pemasaran, Komunitas Virtual, Pemasaran Berbasis Komunitas, *Platform X*.

ABSTRACT

*Islamic University of 45 Bekasi
Departement of Communication Science
Faculty of Communication, Literature,
and Language 2025*

Nasywa Fadya/41182037210051

*Communication Community Based Marketing in Platform
Community X Accounts*

Under the supervision of Mr. Saepudin SS, M.Soc.Sc

*125 pages + xiii romans, 1 table, 1 chart, 23 pictures, 23
attachments*

This research analyzes the digital success model of Komunitas Murah-Murah X in building and maintaining a loyal member base. This research focuses on four main pillars: Consumer Trust, Brand Awareness, Engagement with Consumers, and Long-Term Relationships. Qualitative methods were used through a case study with data collection from community interactions and direct observation of member activities. The results show that Consumer Trust is a key foundation, built on the transparency of interactions and the admin's proactive protection mechanism, which facilitates a trustworthy buying and selling environment. Brand Awareness of the Murah-Murah X Community is strong and growing rapidly, driven by the core values of saving and sharing and massive word-of-mouth. Engagement with consumers is effective through attractive and honest product presentation, unique item offerings, and an easy and secure shopping process thanks to transaction referrals to trusted e-commerce platforms. All these pillars strategically lead to the establishment of Long-Term Relationships, aimed at turning new customers into loyal customers and community advocates. In conclusion, Komunitas Murah-Murah X has successfully established its position as a superior digital buying and selling platform through a unique combination of communication transparency, proactive security, value-oriented consumer approach, and solid long-term relationship building.

Keywords: E-Commarce, Marketing Communications, Virtual Community, Community Based Marketing, Platform X.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PRAKATA	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kerangka Teori	19
2.2.1 Landasan Teori.....	19
2.2.2 Konsep-Konsep Teori	24
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Metode Penelitian	35
3.1.1 Metode Penelitian Kualitatif	35
3.2 Unit Analisis Data.....	35
3.2.1 Key Informant	36
3.2.2 Informan.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Definisi Konseptual	38
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.6 Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42

4.1	Gambaran Umum Komunitas "Murah-Murah" di X.....	43
4.2	Profil Key Informan dan Informan	46
4.2.1	Profil Key Informan	46
4.2.2	Profil Informan.....	47
4.3	Hasil Penelitian.....	49
4.3.1	Komunikasi Pemasaran di Komunitas Murah-Murah X.....	49
4.3.2	<i>Community Marketing</i> Komunitas Murah-Murah.....	53
4.4	Hasil Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		94
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN		100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	15
--	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 4. 1 Model Ekosistem Komunikasi Pemasaran Komunitas Murah-Murah 94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Komunitas Murah-Murah X	2
Gambar 1. 2 Pesan Iklan di Komunitas Murah-Murah	3
Gambar 1. 3 Interaksi Pelanggan dan Penjual.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4. 1 Profil Komunitas Murah-Murah.....	45
Gambar 4. 2 Tweet Penjual di Komunitas Murah-Murah	51
Gambar 4. 3 Tweet Konsumen Komunitas Murah-Murah.....	52
Gambar 4. 4 Tweet konsumen mencari produk.....	55
Gambar 4. 5 Tweet Seller Komunitas Murah-Murah.....	57
Gambar 4. 6 Rules Komunitas Murah-Murah.....	59
Gambar 4. 7 Tweet Admin Komunitas Murah-Murah	61
Gambar 4. 8 Tweet Seller Komunitas Murah-Murah.....	64
Gambar 4. 9 Peningkatan Anggota Komunitas	65
Gambar 4. 10 Masalah probable spam akun anggota	71
Gambar 4. 11 Feedback positif dari konsumen	74
Gambar 4. 12 Komenan Seller Komunitas Murah-Murah	76
Gambar 4. 13 Tweet Seller Komunitas Murah-Murah.....	77
Gambar 4. 14 Interaksi Pembeli dan Penjual Melalui DM.....	79
Gambar 4. 15 Alur Transaksi Pembelian di Komunitas Murah-Murah	80
Gambar 4. 16 Transaksi Pembelian di Komunitas Murah-Murah	81
Gambar 4. 17 Siklus terjadinya pelanggan tetap dan baru	83
Gambar 4. 18 Tweet Pengguna X Testimoni Loyalitas Pelanggan	86
Gambar 4. 19 Tweet Jualan Anggota Komunitas Murah-Murah di Beranda.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Key Informan	100
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan 1	104
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan 2	108
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 3	112
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan 4	116
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara	120
Lampiran 7 Lembar Bimbingan Seminar Proposal	121
Lampiran 8 Lembar Bimbingan Penulisan Skripsi	122
Lampiran 9 Curriculum Vitae	123
Lampiran 10 Turnitin Proposal Skripsi	124
Lampiran 11 Turnitin Skripsi	125