

**MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN LAUTERBORN
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN
YOLASHOP SERBELAWAN KECAMATAN
DOLOK BATU NANGGAR**

*Analisis model Lauterborn 4C (customer, cost, convenience,
communication)*

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN**

Disusun oleh:

PRADINDA RAHMADILLA

0105171076

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA**

2021

**MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN LAUTERBORN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN YOLASHOP SERBELAWAN
KECAMATAN DOLOK BATU NANGGAR**

*Analisis Model Lauterborn 4C
(customer, cost, convenience, communication)*

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

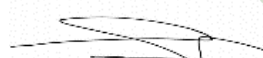
Pradinda Rahmadilla

NIM : 0105171076


Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muhammad Husni Ritonga, MA

NIDN. 2015027503


Dr. Indira Fatra Deni P. MA

NIDN. 2024068602

**MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN LAUTERBORN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN YOLASHOP SERBELAWAN
KECAMATAN DOLOK BATU NANGGAR**

*Analisis Model Lauterborn 4C
(customer, cost, convenience, communication)*

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Pradinda Rahmadilla

NIM : 0105171076

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muhammad Husni Ritonga, MA

NIDN. 2015027503


Dr. Indira Fatra Deni P. MA

NIDN. 2024068602

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Dr. Muhammad Al Fikri, S.Sos., M.Si

NIDN. 2023038301

Hal : Lembar Persetujuan Pembimbing Skripsi

Lamp :-

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial
UIN Sumatera Utara Medan Di Medan**

AssalamualaikumWr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Pradinda Rahmadilla

Nim : 0105171076

Judul Skripsi : Model Komunikasi Pemasaran Lauterborn dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Yolashop Serbelawan Kecamatan Dolok Batu Nanggar.

Analisis Model Lauterborn 4C (Customer, Cost, Convenience, Communication)

Sudah dapat diajukan untuk mengikuti Seminar Proposal kepada Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara sebagai salah syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi/ tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN
Medan, 20 Agustus 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Muhammad Husni Ritonga, MA

NIDN. 2015027503



Dr. Indira Fatra Deni P. MA

NIDN. 2024068602

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul “Model Komunikasi Pemasaran Lauterborn dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Yolashop Serbelawan Kecamatan Dolok Batu Nanggar, Analisis Model Lauterborn 4C (Customer, Cost, Convenience, Communication)” atas nama Pradinda Rahmadilla, NIM : 0105171076 Program Studi Ilmu Komunikasi telah di Munaqasyahkan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 2 September 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Medan, 29 Oktober 2021

Ketua



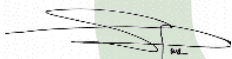
Dr. Muhammad AlFikri, S.Sos., M.Si
NIDN. 2023038301

Sekretaris



Dr. Solihah Titin Sumanti, M.Ag
NIDN. 2013067301

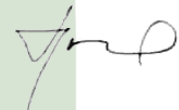
Pembimbing I



Dr. Muhammad Husni Ritonga, MA
NIDN. 2023038301

Penguji

Pembimbing II



Dr. Indira Fatra Deni P, MA
NIDN.2017089005

Penguji I



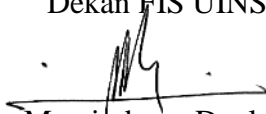
Dr. H. Sori Monang, M.Th
NIDN. 2010107402

Penguji II



Dr. Abdul Rasyid, MA
NIDN.

Mengetahui
Dekan FIS UINSU



Dr. Maraimbang Daulay, M.A
NIDN. 2029066903

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui,”
(QS Al-Baqarah: 216)

“I feel like possibility off all those possibilities being possible is just another possibility that could possibly happen ”
(Mark Lee)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pradinda Rahmadilla

NIM : 0105171076

Tempat/ Tgl. Lahir : Serbelawan/ 17 Desember 1999

Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan

Alamat : Amansari LK/III Serbelawan, Kec. Dolok Batu Nanggar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul Strategi Model Komunikasi Pemasaran Lauterborn dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Yolashop Serbelawan Kecamatan Dolok Batu Nanggar, adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, 20 Agustus 2021
Yang membuat pernyataan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN
Pradinda Rahmadilla
NIM : 0105171076

MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN LAUTERBORN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN YOLASHOP SERBELAWAN
KECAMATAN DOLOK BATU NANGGAR

Oleh :

Pradinda Rahmadilla
0105171076

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Model Komunikasi Pemasaran Lauterborn dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen YolaShop Serbelawan Kecamatan Dolok Batu Nanggar”. Tujuan dari penelitian ini untuk memahami dan mendeskripsikan Model Komunikasi Pemasaran 4C Lauterborn dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen YolaShop Serbelawan Kecamatan Dolok Batu Nanggar. Dan pada penelitian ini menggunakan teori 4C Robert Lauterborn. Dengan metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Model Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen YolaShop Serbelawan adalah (1) Dalam memenuhi kebutuhan konsumen cara yang dilakukan adalah dengan mengenali karakter konsumen, yaitu dengan melihat produk apa saja yang dicari konsumen, produk apa saja yang disukai konsumen, dan produk apa saja yang sedang viral/trend. 2) Harga yang lebih murah dan memberikan *free* ongkir dapat meningkatkan jumlah konsumen (3) Memberikan kenyamanan konsumen dengan cara memberikan kemudahan akses produk, serta memberikan *rewards* kepada pelanggan setia.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Model 4c, Konsumen.

LAUTERBORN MARKETING COMMUNICATION MODEL IN
INCREASING THE NUMBER OF CONSUMERS OF YOLASHOP
SERBELAWAN, DOLOK BATU NANGGAR DISTRICT

By :

Pradinda Rahmadilla

0105171076

ABSTRACT

This research is entitled "Lauterborn Marketing Communication Model in Increasing the Number of Consumers of YolaShop Serbelawan, Dolok Batu Nanggar District". The purpose of this study is to understand and describe Lauterborn's 4C Marketing Communication Model in Increasing the Number of Consumers of YolaShop Serbelawan, Dolok Batu Nanggar District. And in this research, Robert Lauterborn's 4C theory is used. The method used is descriptive qualitative method.

Based on the results of the study, it can be concluded that the Marketing Communication Model in Increasing the Number of Consumers of YolaShop Serbelawan is (1) In meeting the needs of consumers, the way to do it is by recognizing the character of consumers, namely by looking at what products consumers are looking for, what products consumers like, and any product that is viral / trending. 2) Cheaper prices and free shipping can increase the number of consumers (3) Providing consumer convenience by providing easy access to products, as well as giving rewards to loyal customers.

Keywords: Marketing Communication, Model 4c, Consumers.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A.Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
B. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
D. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:.....	Error!
Bookmark not defined.	
E. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
F. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORITIS	Error! Bookmark not defined.
A. Defenisi Konseptual.....	Error! Bookmark not defined.
1. Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2. Model 4C Lauterborn	Error! Bookmark not defined.
3. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
4. <i>Online Shop</i>	Error! Bookmark not defined.
5. <i>YolaShop</i> Serbelawan.....	Error! Bookmark not defined.

6. Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
B. KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Metode dan Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Deskripsi Umum <i>Online Shop</i>	Error! Bookmark not defined.
1. Profil YolaShop Serbelawan	Error! Bookmark not defined.
2. Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3. Logo.....	Error! Bookmark not defined.
4. Daftar Produk dan Harga.....	Error! Bookmark not defined.
5. Deskripsi Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Temuan.....	Error! Bookmark not defined.
C. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
----------------------	-------------------------------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0. Model 4C Lauterborn	11
Gambar 1.1. Media sosial Facebook YolaShop Serbelawan	23
Gambar 1.2. Foto Owner Yola Shop Serbelawan	23
Gambar 1.3 Logo YolaShop Serbelawan	38
Gambar 1.4 Foto peneliti bersama owner YolaShop Serbelawan	40
Gambar 1.5 Foto peneliti bersama Informan I	41
Gambar 1.6 Foto peneliti bersama informan III	42
Gambar 1.7 Foto peneliti bersama informan IV	42
Gambar 1.8 Screenshoot chat konsumen dengan owner YolaShop Serbelawan ..	45
Gambar 1.9 Screenshot chat konsumen dengan Owner YolaShop Serbelawan ...	46
Gambar 2.0 screenshoot chat konsumen dengan YolaShop Serbelawan	52
Gambar 2.1 ScreenShoot Chat YolaShop Serbelawan dengan konsumen yang mendapat hadiah	56
Gambar 2.2 Akun Instagram YolaShop Serbelawan	57
Gambar 2.3 TESTIMONI	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.0. Hubungan 4P dan 4C	12
Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 1.2. Daftar Harga Produk	39

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Wawancara	65
Surat Penelitian Riset	74

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt atas seluruh limpahan rahmat serta nikmat yang tak pernah terputus tucurahkan sehingga penulis mampu menuntaskan penyusunan skripsi ini seperti yang di harapkan. Serta tidak lupa shalawat dan sallah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW atas segala risalah berbentuk ajaran ilmu yang benar lagi sempurna sehingga menjadikan umat manusia cerdas dalam berfikir dan bertidndak.

Skripsi yang berjudul “Model komunikasi Lauterborn dalam meningkatkan jumlah konsumen YolaShop Serbelawan Kecataman Dolok Batu Nanggar” di susun dalam rangka memenuhi tugas serta melengkapi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara.

Penulis telah berupaya dengan seluruh usaha yang dilakukan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Akan tetapi, penulis tentu menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan baik dari segi isi ataupun tata bahasa, perihal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik serta anjuran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Sekiranya skripsi ini dapat berguna dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan serta penulis mengharapkan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Dalam proses penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari pengarahan, bimbingan serta bantuan yang penulis peroleh dari beberapa pihak sehingga mampu mengatasi segala hambatan yang dihadapi. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam memberikan dukungan serta bantuan dalam bentuk moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Oleh sebab itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Uin Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Maraimbang Daulay, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Al Fikri Matondang, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Program Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara serta Ibu Dr. Solihah Titin Sumanti, M.A selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial yang telah dengan tulus memberikan arahan, motivasi serta nasihat kepada penulis.
4. Bapak Dr. Muhammad Husni Ritonga, M.A selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Indira Fatra Deni P, M.A selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai yang di harapkan.
5. Bapak / Ibu dosen serta seluruh staff pegawai Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara yang telah memberikan pelayanan, bantuan serta mendidik penulis selama masa perkuliahan berlangsung.
6. Teristimewa penulis ucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua penulis yaitu my daddy Misdi, ibunda Nurcahaya Ningsih, Nenek Wakijah serta kepada ketiga saudara/I sekandung yang selalu memberikan dukungan serta doa tulus yang tak pernah putus dan limpahan asih saying yang tak terhingga sehingga penulis mampu menghadapi segala hambatan yang ada dari awal memasuki dunia perkuliahan, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Kepada Daffa Andyka yang selalu memberikan dukungan dan menemani proses penulis dalam mengerjakan skripsi, serta kepada Putri Ayu Wulandari yang selalu memberikan masukan terhadap skripsi penulis.
8. Kepada para sahabat karib pertama Agung Pranata, Sri Lestari, Abdul Hafiz, Surya Pauji, Fikri Yandinata, dan Alvin Laia. Dan kepada sahabat karib kedua Anggy Ayu Wandari, Ardian Nurul Puspita, Indry Ayu Desvira, Fuzi Soleha, Meilinia Silvia, Ratih Safira, Nuhalmah Asri,

Taufik Idris, Fazrul Fallah, Rahil Fauzan, Abdul Azis, dan yang terakhir Ahmad Deni yang telah menemani penulis dimasa sekolah dan perkuliahan dan selalu memberikan semangat serta motivasi yang berguna kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

9. Kepada teman seperkoston Dita Puti, Sunita Indira, Anggi Rambe,dan Faizri.

10. Serta teman – teman jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017.

Serta semua pihak yang tidak dapat disebut kan satu persatu. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan dari semua pihak baik secara moril maupun material. Akhirnya kepada Allah Swt penulis berharap semoga segala bantuan yang diperoleh penulis bernilai ibadah di sisi-Nya.

Aamiin Aamiin Aamiin ya rabbal'alamin. Wassalammualaikum Wr. Wb.

Simalungun, 18 Agustus 2021

Penulis



Pradinda Rahmadilla

NIM. 0105171076

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN