

**STRATEGI KOMUNIKASI *OWNER* PRODUK HIJAB “EL-SHOP JEPARA” DALAM MENINGKATKAN MINAT PEMBELI DI DESA TAHUNAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S.1)  
Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Oleh:

**SAIFA KHOLIFATUN NI'MAH**

**NIM : 161510000337**

**NIRM : 16/X/17.4.1/0001**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA  
(UNISNU) JEPARA  
2022**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eks.

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. **Saifa Kholifatun Ni'mah**

*Assalamu'alaikum Wr, Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara :

Nama : Saifa Kholifatun Ni'mah  
NIM/NIRM : 161510000337/16/X/17.4.1/0001  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : Strategi Komunikasi *Owner* Produk Hijab  
"EL-Shop Jepara" dalam Meningkatkan  
Minat Pembeli di Desa Tahunan

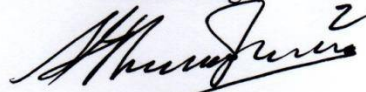
Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Jepara, 30 September 2022

Pembimbing I,



**H. Noor Rohman Fauzan, B.Ed., M.A.**

NIY: 2 541011 04 035

Pembimbing II,



**Murniati, S.Sos.I., M.S.I.**

NIY: 4 770622 15 189



Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara

## FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Terakreditasi "B" berdasarkan SK BAN-PT Nomor: 7421/SK/BAN-PT/Ak-PPJS/XI/2020

Alamat: Jl. Taman Siswa No. 09 Tahunan Jepara

www.dakwah.unisnu.ac.id | www.facebook.com/fdkunisnu.jepara | e-mail : fdk@unisnu.ac.id

### PENGESAHAN

Skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : SAIFA KHOLIFATUN NI'MAH  
NIM : 161510000337  
NIRM : 16/X/17.4.1/0001  
Tempat, Tgl. Lahir : Jepara, 25 April 1998  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI OWNER PRODUK HIJAB "EL-SHOP JEPARA" DALAM MENINGKATKAN MINAT PEMBELI DI DESA TAHUNAN

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara dan dinyatakan **LULUS**, pada tanggal :

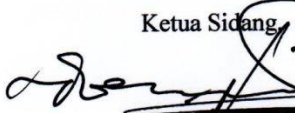
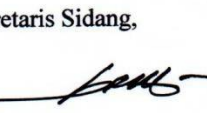
**17 Oktober 2022**

dan dapat diterima sebagai kelengkapan syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Jepara, 17 Oktober 2022

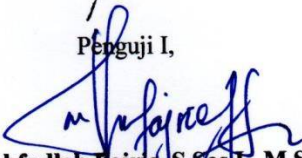

Dewan Sidang

Ketua Sidang, Sekretaris Sidang,

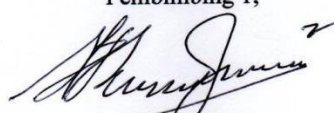

**Dr. Abdul Wahab, S.Sos.I., M.S.I.** **Khoirul Muslimin, S.Sos.I., M.I.Kom.**

Penguji I, Penguji II,

**Dr. Mahfudlah Fajrie, S.Sos.I., M.S.I.** **Muhammad Nashrul Haqqi, S.Th.I., M.Hum.**

Pembimbing 1, Pembimbing 2,

**H. Noor Rohman Fauzan, B.Ed., M.A.** **Murnlati, S.Sos.I., M.S.I.**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jejara, 30 September 2022

Peneliti



**Saifa Kholifatun Ni'mah**

**NIM. 161510000337**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi *Owner* “EL-Shop Jepara” dalam Meningkatkan Minat Pembeli di Desa Tahunan”.

Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW, semoga peneliti dan pembaca tergolong ummat yang senantiasa mendapatkan syafaatnya. Amin.

Peneliti menyadari bahwa terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta dorongan semua pihak yang tidak dapat peneliti cantumkan satu persatu. Untuk itu dalam kesempatan ini secara khusus peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Sa’dullah As Sa’idi, M.Ag., selaku Rektor Unisnu Jepara.
2. Bapak Abdul Wahab, S.Sos.I., M.S.I., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Unisnu Jepara.
3. Bapak Khoirul Muslimin, S.Sos.I., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus pembimbing ke dua yang telah banyak membantu, memotivasi, memberikan arahan serta senantiasa meluangkan waktu hingga proses penulisan skripsi selesai.
4. Bapak H. Noor Rohman Fauzan, B.Ed., M.A., selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan motivasi hingga terselesaikan penulisan skripsi ini.
5. Ibu Murniati, S.Sos.I., M.S.I, selaku pembimbing ke dua yang telah banyak membantu, memotivasi, menasehati dan memberikan arahan serta senantiasa meluangkan waktu hingga proses penulisan skripsi selesai.
6. Bapak Miftahurrohman, S.Pd.I., selaku Kepala Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi Unisnu Jepara.

7. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Unisnu Jepara, Drs. H. Achmad Slamet, M.S.I., Muhammad Nashrul Haqqi, S.Th.I., M.Hum., Ibu Mahfudlah Fajrie, S.Sos.I., M.S.I.
8. Ibu Pury Elvina Indriyanay selaku Pemilik Toko EL-Shop Jepara.
9. Bapak Ahsanul Kholiqin, Ibu Aris Fathiyati dan keluarga besar, yang senantiasa mendoakan, mendukung segala hal serta menjadi garda terdepan yang dimiliki peneliti.
10. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 yang sampai kapanpun kita adalah keluarga.
11. Serta semua pihak terkait yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu segala kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dikemudian hari. Peneliti berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua orang, Amin Ya Robbal ‘Alamin.

Jepara, 30 September 2022

Peneliti

**Saifa Kholifatun Ni'mah**

**NIM. 161510000337**

## PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT, dengan segenap kerendahan hati karya skripsi ini peneliti persembahkan kepada :

1. Diri sendiri, karena sudah berjuang sampai titik ini meskipun banyaknya halangan rintangan yang harus dilalui.
2. Orang tua, Bapak Ahsanul Kholiqin dan Ibu Aris Fathiyati yang selalu dan senantiasa mendoakan, mendukung apapun yang aku kerjakan dan ini salah satu cita-cita dari sekian banyak cita-citaku yang telah terwujud berkat orang tua yang hebat dan orang yang paling berharga dalam hidupku, semoga anakmu ini akan senantiasa membanggakan serta membahagiakan kalian. Amin.
3. Adik Rizka Melisania, meski selalu bertengkar tapi dukunganmu setiap hari sebagai penyemangat ku.
4. Orang istimewa, Mas Muhammad Tabrani, yang selalu memberi dukungan, kebaikan, perhatian dan selalu mendorong aku untuk terus semangat.
5. Pemilik Toko EL-Shop Jepara Ibu Pury Elvina Indriyanay, yang sudah membantu dan memberiku motivasi serta semangat untuk menyelesaikan skripsi.
6. Dua pembimbingku Bapak H. Noor Rohman Fauzan, B.Ed., M.A. dan Ibu Murniati, S.Sos.I., M.S.I., yang senantiasa memberikan bimbingan dan nasehat yang membangun untuk ku.
7. Semua teman seperjuanganku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016, semoga kita tidak melupakan satu sama lain dan tetap menjadi keluarga.
8. Semua teman, sahabat, kakak dan adik tingkat maupun lain jurusan yang pernah berjuang bersama dari mulai organisasi Teater Tuman, teman KKL, PPL dan KKN di Loram Wetan, terimakasih telah bersamaku saat berproses.

9. Tidak lupa Almamaterku, Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara, fakultasku Fakultas Dakwah dan Komunikasi, prodiku Komunikasi dan Penyiaran Islam, semua civitas akademika dan teman-teman yang tidak bisa aku sebut satu-persatu ku ucapkan Terima Kasih pada kalian semua.



## MOTTO

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ  
ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

*“Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”*

(QS. Al-A'raf: 26)

## ABSTRAK

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI *OWNER* PRODUK HIJAB EL-SHOP JEPARA DALAM MENINGKATKAN MINAT PEMBELI DI DESA TAHUNAN

Penulis : Saifa Kholifatun Ni'mah

NIM : 161510000337

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : H. Noor Rohman Fauzan, B.Ed., M.A.

Pembimbing II : Murniati, S.Sos.I., M.S.I.

Penguji I : Dr. Mahfudlah Fajrie, S.Sos.,I., M.S.I.

Penguji II : Muhammad Nashrul Haqqi, S.Th.I., M.Hum.

Tanggal Ujian : 17 Oktober 2022

“EL-Shop Jepara” merupakan toko hijab yang senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada para pelanggan untuk terus memberikan kepuasan kepada konsumennya melalui inovasi dan pengembangan produk yang lebih berkualitas. Untuk menjelaskan masalah yang diteliti maka dirumuskan bagaimana strategi komunikasi *owner* produk hijab EL-Shop Jepara dalam meningkatkan minat pembeli di Desa Tahunan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi *owner* produk hijab EL-Shop Jepara dalam meningkatkan minat pembeli di Desa Tahunan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pengambilan data menggunakan teknik *snowball Sampling* (bola salju), metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil Strategi komunikasi yang dilakukan *owner* EL-Shop Jepara dalam meningkatkan minat pembeli hijab di Desa Tahunan yaitu berfokus pada unsur-unsur komunikasi dalam teori Harold Lasswell, kemudian memiliki hasil analisis yang dilakukan oleh *owner* EL-Shop Jepara dalam melakukan strategi komunikasi untuk meningkatkan minat pembeli yaitu dengan menentukan komunikator *owner* EL-Shop Jepara sebagai subjek utama dan 2 pelanggan tetap serta 3 pelanggan yang berasal dari Desa Tahunan untuk menggali informasi secara mendalam, dimana komunikator menyampaikan pesannya yang bersifat *redundancy*, informatif, dan persuasif melalui media benner dan media sosial *Instagram* juga *WhatsApp* serta menggunakan media promosi diskon untuk disampaikan kepada komunikan atau khalayak sasaran yang mana khalayak sasarannya mahasiswa, anak muda SMA hingga sampai ibu-ibu rumah tangga yang kemudian menimbulkan efek atau respon yang positif dari khalayak kepada EL-Shop Jepara, *owner* EL-Shop Jepara mampu mengubah pandangan khalayak yang awalnya tidak memiliki niat membeli, namun dengan melihat postingan dan melihat proses promosi melalui media sosial EL-Shop Jepara ini akhirnya khalayak sasaran memberikan respon yang positif yaitu menimbulkan ketertarikan

untuk membeli produk hijab dan menjadi pelanggan setia di EL-Shop Jepara. Selain dalam proses penyusunan strategi komunikasi yang sudah diterapkan oleh *owner* EL-Shop Jepara kemudian memperkuat dengan menerapkan komponen-komponen manajemen dari teori Hasibuan dalam konteks manajemennya berupa perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan evaluasi (*controlling*), guna menjadi alat untuk mencapai tujuannya melalui pemanfaatan sumber daya yang sudah dimiliki di dalam organisasi.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi, Minat Beli, Hijab.

## ABSTRAK

*"EL-Shop Jepara" is a hijab shop that always gives confidence and hope to its customers to continue to provide satisfaction to its consumers through innovation and development of higher quality products. To explain the problem under study, it was formulated how the communication strategy of the EL-Shop Jepara hijab product owner in increasing buyer interest in the Tahunan Village. This study aims to determine the communication strategy of the EL-Shop Jepara hijab product owner in increasing buyer interest in Tahunan Village. This study uses descriptive qualitative methods and data collection using snowball sampling technique, data collection methods using observation, interviews and documentation. The results of the communication strategy carried out by the EL-Shop Jepara owner in increasing the interest of hijab buyers in Tahunan Village is to focus on the communication elements in Harold Lasswell's theory, then have the results of the analysis conducted by the EL-Shop Jepara owner in carrying out a communication strategy to increase buyer interest, namely by determining the EL-Shop Jepara owner communicator as the main subject and 2 regular customers and 3 customers from Tahunan Village to explore in-depth information, where the communicator conveys messages that are redundancy, informative, and persuasive through banner media and social media Instagram as well as WhatsApp as well as using discount promotion media to be conveyed to communicants or target audiences where the target audience is students, high school youth to housewives which then causes a positive effect or response from the audience to EL-Shop Jepara, owner of EL-Shop Jepara able to change perspective n the audience who initially did not have the intention to buy, but by looking at the post and seeing the promotion process through EL-Shop Jepara's social media, finally the target audience gave a positive response, namely generating interest in buying hijab products and becoming loyal customers at EL-Shop Jepara. In addition to the process of compiling a communication strategy that has been implemented by the owner of EL-Shop Jepara, then strengthening it by applying the management components of Hasibuan's theory in the context of its management in the form of planning, organizing, implementation, and evaluation, in order to become a tool to achieve its goals through the use of resources already owned within the organization.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Buying Interest, Hijab.*

## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                   | <b>i</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>  | <b>ii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>               | <b>iii</b> |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>               | <b>iv</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                   | <b>v</b>   |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>                      | <b>vii</b> |
| <b>MOTTO .....</b>                           | <b>ix</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                         | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                       | <b>xii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                    | <b>xiv</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                    | <b>xv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                 | <b>xvi</b> |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>               | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang Masalah.....               | 1          |
| B. Rumusan Masalah .....                     | 7          |
| C. Tujuan Penelitian .....                   | 7          |
| D. Manfaat Penelitian .....                  | 7          |
| E. Kajian Pustaka.....                       | 8          |
| F. Kerangka Teori.....                       | 19         |
| G. Metode Penelitian.....                    | 23         |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>           | <b>32</b>  |
| A. Strategi Komunikasi.....                  | 32         |
| B. Formula Lasswell .....                    | 39         |
| C. Manajemen Hasibuan.....                   | 44         |
| D. Hijab.....                                | 46         |
| E. Minat Beli .....                          | 48         |
| <b>BAB III KAJIAN OBJEK PENELITIAN .....</b> | <b>51</b>  |
| A. Deskripsi EL-Shop Jepara.....             | 51         |

|   |            |
|---|------------|
| B. Data tentang Strategi Komunikasi <i>Owner</i> Produk Hijab “EL-Shop Jepara”<br>.....   | 59         |
| <b>BAB IV HASIL ANALISIS PENELITIAN.....</b>  | <b>73</b>  |
| A. Hasil Penelitian .....   | 73         |
| B. Analisis Penelitian Strategi Komunikasi <i>Owner</i> Produk Hijab “EL-Shop Jepara” dalam Meningkatkan Minat Pembeli di Desa Tahunan terhadap Teori ..... | 94         |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>   | <b>99</b>  |
| A. Kesimpulan .....   | 99         |
| B. Saran.....   | 100        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>  | <b>102</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>  |            |
| <b>BIODATA</b>  |            |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Table 1.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu ..... | 13 |
| Table 1.2 Bagan Kerangka Teori .....           | 22 |
| Table 1.3 Data Narasumber EL-Shop Jepara ..... | 26 |
| Table 1.4 Bagan <i>Snowball Sampling</i> ..... | 28 |
| Table 1.5 Tahapan Penelitian .....             | 31 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 3.1 <i>Inner</i> .....                                  | 55 |
| Gambar 3.2 <i>Square</i> Polos dan Motif.....                  | 56 |
| Gambar 3.3 Bergo .....   | 57 |
| Gambar 3.4 Khimar.....   | 58 |
| Gambar 3.5 Pasminah .....                                      | 59 |
| Gambar 3.6 <i>Caption</i> Postingan .....                      | 62 |
| Gambar 3.7 Benner Toko Hijab EL-Shop Jepara .....              | 64 |
| Gambar 3.8 Diskon dan <i>Sale</i> .....                        | 66 |
| Gambar 3.8 Diskon dan <i>Sale</i> .....                        | 67 |
| Gambar 3.9 Profil <i>Instagram</i> EL-Shop Jepara.....         | 68 |
| Gambar 3.10 Produk Hijab <i>Instagram</i> EL-Shop Jepara ..... | 68 |
| Gambar 3.11 <i>Update Story</i> Penjualan.....                 | 70 |
| Gambar 3.12 <i>Endors</i> Selebgram Jepara.....                | 71 |
| Gambar 3.13 <i>Endors</i> Selebgram Jepara.....                | 71 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Foto Wawancara

Lampiran 3. Data Responden