

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
MEDIA MOBIL KARAOKE DALAM MEMBENTUK
BRAND IMAGE**

**Studi Deskriptif Kualitatif Pada
NAV Karaoke Keluarga, Surabaya**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

Wildan Nurhikmah

NBI : 1151800308

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
MEDIA MOBIL KARAOKE DALAM
MEMBENTUK BRAND IMAGE**

**Studi Deskriptif Kualitatif pada
NAV Karaoke Keluarga, Surabaya**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

Wildan Nurhikmah
NBI : 1151800308

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Wildan Nurhikmah

NBI : 1151800308

**Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Mobil
Karaoke Dalam Membentuk Brand Image, Studi
Deskriptif Kualitatif Pada NAV Karaoke Keluarga
Surabaya**

Mengetahui

Surabaya, 20 Desember 2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Disetujui Oleh

Dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing

Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP. 20120870103



Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si

NPP. 20150190816


TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 20 Desember 2022.

Dewan Penguji :

1. **Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si** ()

2. **Drs. Judhi Hari Wibowo, M. SI** ()

3. **Lukman Hakim, S.Fil., M.Phil** ()

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945

SURABAYA

Dekan


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP
NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wildan Nurhikmah
NPM : 1151800308
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Merdia Mobil
Karaoke Dalam Membentuk Brand Image, Studi Deskriptif
Kualitatif Pada NAV Karaoke Keluarga Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis Sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti Sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumber dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya.

Surabaya, 20 Desember 2022

Yang membuat pernyataan



(Wildan Nurhikmah)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA

TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)

e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wildan Nurhikmah
NBI/ NPM : 1151800308
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

"Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Mobil Karaoke Dalam Membentuk Brand Image, Studi Deskriptif Kualitatif Pada NAV Karaoke Keluarga Surabaya."

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal : 20 Desember 2022

Yang Menyetujui,


F9511ARX266253913
(Wildan Nurhikmah)

ABSTRAK

Peraturan menteri Kebudayaan dan Pariwisata pasal 3 ayat (2) tahun 2010 menyebutkan bahwa salah satu dari bidang usaha penyelenggara kegiatan hiburan adalah karaoke, Seni musik merupakan salah satu peminat yang cukup banyak peminatnya di Indonesia. Seiring perkembangan zaman tempat karaoke sendiri menimbulkan stigma negatif dikalangan masyarakat luas. Perlu adanya pembangunan Brand Image terhadap perusahaan Nav karaoke keluarga untuk bertujuan mengubah pandangan masyarakat terhadap tempat karaoke. Marketing communication adalah bentuk pemasaran yang melibatkan komunikasi informasi tentang perusahaan kepada pasar yang dituju. Nav Karaoke Keluarga menyampaikan brand image kepada masyarakat melalui mobil karaoke. Tujuan penelitian ini agar mengidentifikasi dan mengamati strategi komunikasi yang digunakan oleh mobil karaoke Nav Surabaya. Penelitian ini berjenis metodologi deskriptif kualitatif dan mengumpulkan data dengan wawancara ekstensif, observasi ke lapangan dan dokumentasi.

Penelitian ini menghasilkan bahwa strategi pemasaran dilakukan melalui media mobil karaoke dengan menggunakan elemen IMC merupakan iklan (advertising) dan promo penjualan (sales promotion) yang menggunakan tehnik komunikasi satu arah dari management ke konsumen, maupun dua arah yaitu dari konsumen ke management maupun sebaliknya, Brand Image atau brand image pada Nav Karaoke Surabaya menghadapi kendala berupa stigma negatif masyarakat kepada bisnis karaoke secara umum. Adapun saran dalam penelitian ini yaitu diperlukan komitmen yang konsisten agar program tersebut tetap dipertahankan hal ini disebabkan dampaknya pada pembentukan brand image dari Nav Karaoke Keluarga.

Kata Kunci: Brand Image, Strategi Komunikasi Pemasaran, Karaoke Keluarga

ABSTRACT

The Decree of the Minister of Culture and Tourism, 2010, Article 3, paragraph 2, states that one of the activities that promote entertainment is karaoke, the art of music is enjoyed by lovers, and there are many of them in Indonesia. Along with the development of the era karaoke place itself causes a negative stigma among the wider society. It is necessary to build a Brand Image for the family karaoke Nav company to aim to change people's views on karaoke venues. Marketing communication is a marketing activity that uses communication techniques to deliver information about a company to a target market. Nav Karaoke Family communicates the brand image to the public through karaoke cars. This study aims to learn and observe communication strategies via the Nav karaoke car. This type of research uses a qualitative descriptive approach, with data collection techniques through in-depth interviews, field observations, and documentation.

The results showed that the marketing communication strategy through karaoke car media using IMC elements, namely advertising and sales promotions that use one-way communication techniques from management to consumers, as well as two-way, namely from consumers to management and vice versa, Brand Image or brand image at Nav Karaoke Surabaya faces obstacles in the form of negative stigma from the public to the karaoke business in general. The suggestion in this study is that a consistent commitment is needed for the program to be sustained, this is due to its impact on brand image of Nav Karaoke Family.

Keywords: Brand Image, Marketing Communication Strategy, Family Karaoke

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini. Disini penulis mengambil judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Mobil Karaoke Dalam Membentuk Brand Image Studi Deskriptif Kualitatif Pada Nav Karaoke Keluarga Surabaya.

Penulisan Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan sesuai kurikulum yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 dan dimaksudkan sebagai wadah untuk menambah wawasan serta untuk menerapkan serta membandingkan teori yang telah diterima dengan keadaan sebenarnya di lapangan. Disamping itu juga, diharapkan dapat memberikan bekal tentang hal-hal yang berkaitan dengan disiplin ilmunya sebelum mengadakan penelitian guna penyusunan skripsi.

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan dan motivasi dari beberapa pihak, maka dikesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Koordiantor Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus Surabaya
3. Bapak Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan penyusun dalam pembuatan Skripsi sehingga penyusun dapat menyelesaikan Srikpsi.
4. Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan mengarahkan penyusun dalam pembuatan Skripsi sehingga penyusun dapat menyelesaikan Srikpsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Hukum beserta Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

1. Terima kasih kepada kedua orang tua saya, Ibu Entin Kartini dan Bapak Dedy Kusnadi serta kakak-kakak saya di Bandung yang selalu memberi saya semangat dalam hidup saya agar saya menjadi orang sukses, dan juga telah memberikan dukungan moril serta do'a, restu dan selalu memberi dorongan selama ini untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Terima kasih kepada atasan saya sekaligus kakak Agus Setiawan, S.Psi yang selalu memberikan semangat, do'a, moril, dan motivasi, serta membimbing saya dari awal ke Surabaya hingga menjadikan saya pribadi yang lebih baik seperti sekarang ini.
3. Terima kasih juga buat rekan kerja Chintya Devi yang selalu memberikan dukungan dan meminjamkan motor pada saat bimbingan ke kampus serta Pak Eka Hendra yang selalu membantu dalam menyeting margin, Pak Mikha Wijaya, dan team HRD- GA yang selalu memberikan support.
4. Terima kasih teman-teman tercinta Intan Fitri, Wanda, Syntia, Santi, Aldi yang selalu saling support dalam mengerjakan dari awal semester mata kuliah Skripsi hingga sampai saat ini.
5. Terima kasih untuk semua teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 angkatan 2018 atas kebersamaanya selama perkuliahan ini.
6. Dan yang terakhir saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri atas semangat dan kerja keras yang luar biasa ini, saya sangat bangga kepada diri saya sendiri karena dapat menuntaskan pendidikan S1 di usia 31 tahun.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih guna memperbaiki dan menyempurnakan penulisan yang selanjutnya sehingga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukan.

Surabaya, 20 Desember 2022

Wildan Nurhikmah

Daftar isi

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN	ii
TANDA PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
Daftar isi.....	x
Daftar Table.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	13
2.3. Kerangka Konsep	25
2.4. Kerangka Dasar Penelitian.....	26
2.5. Profil Informan.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Pendekatan Penelitian.....	31
3.2. Jenis Penelitian.....	31

3.3.	Lokasi Penelitian	32
3.4.	Waktu Penelitian	32
3.5.	Subjek dan Objek Penelitian	32
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7.	Instrumen Wawancara	35
3.8.	Teknik Analisis Data	36
3.9.	Keabsahan Data.....	37
BAB IV DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN...		39
4.1.	Deskripsi Objek NAV Karaoke Keluarga.....	39
4.2.	Hasil Wawancara.....	49
4.3.	Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		59
5.1.	Kesimpulan	59
5.2.	Saran.....	59
Daftar Pustaka		61
LAMPIRAN		66

Daftar Table

Tabel 1 - Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2 - Kerangka konsep penelitian strategi komunikasi pemasaran	25
Table 3 - Kerangka Dasar Penelitian.....	26
Table 4 - Profil Informan.....	27

Daftar Gambar

1. Gambar 1.1	6
2. Gambar 1.2	6
3. Gambar 1.3	7
4. Gambar 4.1 Logo NAV Karaoke	41
5. Gambar 4.2 - Struktur Organisasi NAV Karaoke	42
6 Gambar 4.3 – Situasi Sebelum Wawancara.....	51

Daftar Lampiran

Lampiran Draft Wawancara

Lampiran Dokumentaasi

Lampiran Bimbingan Skripsi

Lampiran Lembar Revisi

Lampiran Turnitin