

PROPOSAL SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DENGAN BAURAN
***PROMOTION MIX* DALAM MENINGKATKAN KONSUMEN DI**
PHOTOSE STUDIO SURABAYA

Diajukan sebagai syarat mengikuti Ujian Skripsi



NAUFALDY ARI MANGGALA

1152000122

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

2024

PROPOSAL SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DENGAN BAURAN
PROMOTION MIX DALAM MENINGKATKAN KONSUMEN DI
PHOTOSE STUDIO SURABAYA**

Diajukan sebagai syarat mengikuti Ujian Skripsi



NAUFALDY ARI MANGGALA

1152000122

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

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Naudaldy Ari Manggala

NBI : 1152000122

**Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran dengan Bauran
Promotion Mix dalam Meningkatkan Konsumen di
Photose Studio Surabaya**

Surabaya, 8 Juli 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing 1



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103



Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom
NPP. 20150130616

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 : 8 Juli 2024

Dewan Penguji :

1. **Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom**
Ketua
2. **Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom**
Anggota 1
3. **Fransisca B.A. Citra Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom**
Anggota 2

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dwi Agus Maduwinartri, M.P

NPP. 20120.87.0130

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Naufaldy Ari Manggala
NBI : 1152000122
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran dengan Bauran
Promotion Mix dalam Meningkatkan Konsumen di Photose
Studio 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. Apabila saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan.

Surabaya, 8 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Naufaldy Ari Manggala



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JI. 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 : Naufaldy Ari Manggala

NBI : 1152000122

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 dengan Bauran Promotion Mix dalam Meningkatkan Konsumen di Photose Studio Surabaya”

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 8 Juli 2024

Surabaya, 13 Januari 2025
Yang Menyatakan,



Naufaldy Ari Manggala

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat serta karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Konsumen Di Photose Studio Surabaya”. Penulisan proposal ini disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945.

Dengan tersusunnya proposal skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom dan Maulana Arief, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang dengan segala kesabaran, perhatian, motivasi serta telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945;
2. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan wawasan secara teoritis dan praktis selama perkuliahan;
3. Ibu penulis, kakak penulis, dan keluarga yang telah mendidik dan membimbing saya dengan penuh kasih sayang, selalu mengiringi penulis dengan doa yang tulus, nasehat, dukungan serta memberikan motivasi semangat dan kepercayaan kepada penulis dalam menyusun proposal skripsi;
4. Teman-teman Kaum Halim yang senantiasa memberikan bantuan berupa dukungan kepada penulis dalam menyusun proposal skripsi;
5. Crew Photose Studio, Mas Aan, Mas Miqdad, dan Mas Andrie yang telah memberikan bantuan berupa keleluasan dalam meneliti;
6. Nana yang telah membantu berupa dukungan dalam menemani selama pengerjaan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis demi memperbaiki dan menyempurnakan untuk penulisan selanjutnya. Akhir kata, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 20 Juni 2024

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Photose Studio Surabaya dalam meningkatkan jumlah konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Berdasarkan teori-teori yang relevan dengan strategi pemasaran, Photose Studio menggunakan berbagai jenis strategi komunikasi pemasaran, yaitu *pull strategy*, *push strategy*, dan *profile strategy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi-strategi tersebut berhasil diterapkan oleh Photose Studio untuk memperluas pasar, menjaga loyalitas konsumen, dan mempertahankan citra perusahaan. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Photose Studio selaras dengan unsur-unsur dalam teori *promotion mix*. Komponen utama dalam strategi pemasaran Photose Studio adalah *advertising*, yang paling sering digunakan dan memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan konsumen. Secara keseluruhan, strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan telah berhasil dalam mencapai tujuan meningkatkan jumlah konsumen di Photose Studio.

Kata Kunci: Strategi komunikasi pemasaran, *promotion mix*, penelitian kualitatif, peningkatan konsumen.

ABSTRACT

This research aims to understand how the marketing communication strategy implemented by Photose Studio Surabaya increases the number of consumers. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Based on theories relevant to marketing strategy, Photose Studio uses various types of marketing communication strategies, namely pull strategy, push strategy, and profile strategy. The research results show that these strategies have been successfully implemented by Photose Studio to expand the market, maintain consumer loyalty and maintain the company's image. The marketing communication strategy used by Photose Studio is in line with the elements in promotion mix theory. The main component in Photose Studio's marketing strategy is advertising, which is the most frequently used and has a significant influence on increasing consumers. Overall, the marketing communication strategy implemented has been successful in achieving the goal of increasing the number of consumers at Photose Studio.

Keywords: Marketing communication strategy, promotion mix, qualitative research, increasing

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Konseptual.....	11
2.3. Kerangka Pemikiran	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1. Pendekatan Penelitian.....	19
3.2. Jenis Penelitian	19
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	19
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5. Metode Pengolahan Data.....	21
3.6. Teknik Analisis Data.....	21
3.7. Keabsahan Data	22

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL DATA	23
4.1. Objek dan Subjek Penelitian	23
4.2. Hasil Penelitian	30
4.3. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP.....	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Rekomendasi.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kompetitor foto studio Photose Studio	2
Gambar 2. Pernyataan Photose Studio sebagai pelopor	4
Gambar 3. Kerangka Berpikir	18
Gambar 4. Logo Photose Studio.....	23
Gambar 5. Struktur organisasi Photose Studio	25
Gambar 6. Kartu nama Photose Studio untuk disebarakan	31
Gambar 7. SOP Photose Studio	33
Gambar 8. Photose Studio mengundang influencer untuk memperluas pasar	34
Gambar 9. Promosi potongan harga berupa konten di Instagram Photose Studio.....	36
Gambar 10. Konten di Tiktok Photose Studio untuk memberikan informasi promo.....	40
Gambar 11. Unggahan konsumen Photose Studio di Instagram	42
Gambar 12. Promosi yang dilakukan oleh Photose Studio secara <i>online</i> dan <i>offline</i>	46
Gambar 13. Konten interaksi yang dilakukan oleh Photose Studio	48
Gambar 14. Pelayanan Photose Studio dengan konsumen.....	49
Gambar 15. Promo yang dilakukan oleh Photose secara <i>online</i> dan <i>offline</i> ..	51
Gambar 16. Interaksi Photose Studio dengan konsumen melalui sosial media	53
Gambar 17. Dokumentasi dengan informan pertama	67
Gambar 18. Dokumentasi informan kedua.....	71
Gambar 19. Dokumentasi informan ketiga.....	76
Gambar 20. Dokumen informan keempat	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2. Script CEO Photose	67
Tabel 3. Script tim marketing Photose.....	71
Tabel 4. Script tim marketing Photose.....	76
Tabel 5. Script konsumen Photose.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide.....	65
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	67
Lampiran 3. Surat Keterangan Turnitin.....	83
Lampiran 4. Hasil Turnitin	84
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Skripsi	85
Lampiran 6. Lembar Revisi Ujian Skripsi.....	87