

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
CICIL.CO.ID DALAM MENUMBUHKAN
KESADARAN MEREK DIKALANGAN
MAHASISWA**

SKRIPSI

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



OLEH :

ELDA SAFIRA IZZANI

NBI. 1151700048

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

2021

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
CICIL.CO.ID DALAM MENUMBUHKAN
KESADARAN MEREK DIKALANGAN
MAHASISWA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

**Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**OLEH :
ELDA SAFIRA IZZANI
NBI.1151700048**

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

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : **Elda Safira Izzani**
NBI : 1151700048
Judul : **Strategi Komunikasi Pemasaran Cicil.co.id Dalam Menumbuhkan Kesadaran Merek Dikalangan Mahasiswa**

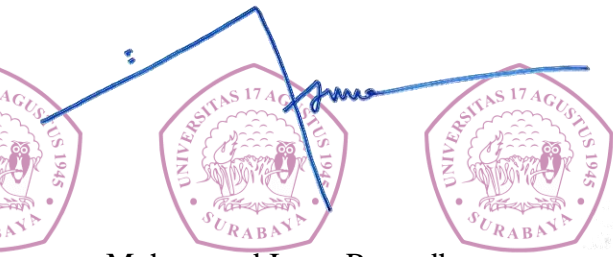
Surabaya, 09 Juli 2021

Mengetahui:

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

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM.


Mohammad Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom

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 09 Juli 2021.

Dewan Penguji :

1. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. (Ketua)
2. Fitri Nothabiba, S.I.Kom., M.I.Kom. (Anggota)
3. Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA. (Anggota)

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
Dekan,

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM.



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031.593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elda Safira Izzani
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui 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 Cicil.co.id Dalam Menumbuhkan Kesadaran Merek Dikalangan Mahasiswa”

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 : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 09 Juli 2021

Yang Menyatakan



(Elda Safira Izzani)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Elda Safira Izzani
NBI : 1151700048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Cicil.co.id Dalam
Menumbuhkan Kesadaran Merek Dikalangan Mahasiswa

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 dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan akademik yang telah saya peroleh.

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

Surabaya, 09 Juli 2021
Yang membuat Pernyataan



(Elda Safira Izzani)

ABSTRAK

Era Digital saat ini menjadikan komunikasi pemasaran sebagai hal yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran merk, serta melibatkan setiap elemen komunikasi pemasaran dalam mengoptimalkan fungsinya untuk memperkenalkan barang atau jasa melalui digital marketing. Dalam dunia bisnis global saat ini, komunikasi pemasaran digunakan untuk mendukung penjualan produk pada target market Cicil.co.id. Untuk meningkatkan *brand awaraness* bagi pelanggan, komunikasi pemasaran juga dilakukan secara terpadu oleh perusahaan *start-up* seperti CICIL (cicil.co.id).

CICIL (cicil.co.id) memperluas pemasarannya melalui platform Instagram. Dengan melakukan unggahan foto, video maupun fitur – fitur yang telah disediakan oleh Instagram. Perkembangan media sosial memberikan pengaruh yang cukup signifikan pada pemasaran.

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran seperti apa yang digunakan Cicil.co.id Dalam Menumbuhkan Kesadaran Merek Dikalangan Mahasiswa. Metode yang digunakan adalah Kualitatif dan menggunakan pendekatan Studi Kasus dengan jenis penelitian Deskriptif. Sumber data diperoleh peneliti melalui data primer dengan melakukan wawancara dengan informan dan data sekunder melalui dokumentasi dari perusahaan.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Brand Awareness, Start-up

ABSTRACT

The current digital era makes marketing communication the most influential thing in increasing brand awareness, and involves every element of marketing communication in optimizing its function to introduce goods or services through digital marketing. In today's global business world, marketing communications are used to support product sales to Cicil.co.id's target market. To increase brand awareness for customers, marketing communications are also carried out in an integrated manner by start-up companies such as CICIL (cicil.co.id).

CICIL (cicil.co.id) is expanding its marketing through the Instagram platform. By uploading photos, videos and features that have been provided by Instagram. The development of social media has a significant influence on marketing.

The purpose of this research is to find out what kind of Marketing Communication Strategy is used by Cicil.co.id in Growing Brand Awareness Among Students. The method used is qualitative and uses a case study approach with descriptive research type. Sources of data obtained by researchers through primary data by conducting interviews with informants and secondary data through documentation from the company.

Keywords: Marketing Communication, Brand Awareness, Start-up

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkah dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CICIL.CO.ID DALAM MENUMBUHKAN KESADARAN MEREK DIKALANGAN MAHASISWA”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan mengingat tahun ini masih dalam suasana pandemi, namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Pada kesempatan kali ini penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos.,M.Med.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing Pertama Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta motivasi dukungan penuh kepada penulis.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Dosen Pembimbing Kedua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan

ilmu pengetahuan serta motivasi dukungan penuh kepada penulis.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Nafia Hamidah selaku City Coordinator CICIL Surabaya yang telah memberikan banyak informasi serta dukungan penuh dalam berbagai situasi kepada penulis.
7. Seluruh Team Mentorship dan Student Ambassador CICIL Surabaya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
8. Kedua orang tua hebat yang sangat saya cintai dan hormati, Ayahanda Ely Moeriyanto dan Ibunda Aida Nurhanifah yang selalu memberikan dukungan moral maupun spiritual serta kasih harapan, pengorbanan disetiap langkah keluh kesah penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.
9. Adik tercinta Zidan Faiz Izdiyar, terima kasih untuk segala dukungan moral maupun spiritual kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.
10. Sosok spesial yang penulis sayangi, Akbar Subarka yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi dan berbagi waktu untuk melepas kepenatan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi, semoga hal baik selalu hadir kepadamu.
11. Kahim HIMAKOTA'17 Vega Rachma Pralita yang membantu penulis dalam menyusun tugas akhir skripsi, serta teman-teman HIMAKOTA'17 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
12. Terimakasih banyak buat “Lorong User” (Olivia Yuniar Parinussa, Eris Pasadzan Reynalda, Rafi Naufal Virgiawan, Dimas Septian Budi Cahyono,) yang selalu ada dan setia memberikan dukungan, semangat

serta membantu penulis dalam menyusun tugas akhir skripsi.

13. Seluruh teman-teman seperjuangan Prodi Ilmu Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
14. Seluruh pihak yang terlibat membantu penyusunan tugas akhir skripsi ini hingga selesai.
15. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting.*

Penulis menyadari bahwa pada skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| COVER | i |
| TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| TANDA PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | v |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 9 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 9 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 12 |
| 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu..... | 12 |
| 2.1.1 Critical Review..... | 16 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 19 |
| 2.2.1 Komunikasi Pemasaran | 19 |
| 2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran..... | 22 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.3 Digital Marketing | 27 |
| 2.3 Kerangka Dasar Pemikiran | 34 |
| 2.3.1 Deskripsi Kerangka Pemikiran..... | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 36 |
| 3.1 Tipe Penelitian | 36 |
| 3.2 Peran Peneliti | 37 |
| 3.3 Lokasi Penelitian..... | 38 |
| 3.4 Sumber data dan Tehnis Pengumpulan Data | 38 |
| 3.5 Tehnis Analisis Data | 43 |
| 3.6 Keabsahan Data | 44 |
| BAB IV | 45 |
| DISKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN ... | 45 |
| 4.1 Diskripsi Obyek | 45 |
| 4.1.1 Profil dan Sejarah | 45 |
| 4.1.2 Profil Perusahaan..... | 54 |
| 4.1.3 Visi dan Misi | 54 |
| 4.1.5 Struktur Organisasi..... | 57 |
| 4.2 Penyajian Data | 58 |
| 4.2.1 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Cicil.co.id Dalam | 58 |
| Menumbuhkan Kesadaran Merek Dikalangan Mahasiswa | |
| 4.3 Pembahasan..... | 67 |
| BAB V PENUTUP..... | 77 |
| 5.1 Kesimpulan | 77 |
| 5.2 Saran | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA | 79 |
| LAMPIRAN..... | |
| Lampiran 1 : GUIDE INTERVIEW | |
| Lampiran 2 : Transkrip Hasil Wawancara | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Literatur Review | 12 |
| Tabel 2.2 Kerangka Dasar Penelitian | 38 |
| Tabel 3.1 Jenis dan Data Informan | 43 |
| Tabel 3.2 Jenis Data Penelitian..... | 45 |
| Tabel 4.1 Struktur Organisasi..... | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Media Promosi CICIL | 2 |
| Gambar 1.2 Media Promosi CICIL | 3 |
| Gambar 1.3 Data Startup Ranking..... | 5 |
| Gambar 1.4 Jumlah Pendanaan Startup Indonesia | 6 |
| Gambar 1.5 Data Startup Ranking..... | 7 |
| Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran | 21 |
| Gambar 2.2 Diagram Bauran Komunikasi | 24 |
| Gambar 2.3 Piramida Kesadaran Merek..... | 35 |
| Gambar 4.1 Media Promosi CICIL | 51 |
| Gambar 4.2 Media Promosi CICIL | 52 |
| Gambar 4.3 Media Promosi CICIL | 53 |
| Gambar 4.4 Media Promosi CICIL | 54 |
| Gambar 4.5 Media Promosi CICIL | 55 |
| Gambar 4.6 Media Promosi CICIL | 56 |
| Gambar 4.7 Media Promosi CICIL | 57 |
| Gambar 4.8 Logo Perusahaan Cicil.co.id | 59 |
| Gambar 4.9 Arti Logo Cicil.co.id..... | 59 |
| Gambar 5.1 Kerjasama Cicil dan Merchant | 73 |
| Gambar 5.2 Paid Promote Cicil Surabaya..... | 75 |
| Gambar 5.3 Kode Voucher Potongan Bulan Juni..... | 76 |
| Gambar 5.4 Student Ambassador Cicil Surabaya | 77 |
| Gambar 5.5 Webinar Cicil Surabaya..... | 78 |
| Gambar 5.6 Kerjasama Cicil dan Himpunan..... | 79 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Guide Interview

Lampiran 2 : Transkrip Hasil Wawancara