

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
PROGRAM SOSIAL SAHABAT RELAWAN
KOMUNITAS SEKOLAH MARJINAL YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nama : Jasmine Aunillah Eszi

NIM : 20.67.0028

**PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI SI-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
PROGRAM SOSIAL SAHABAT RELAWAN
KOMUNITAS SEKOLAH MARJINAL YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana
pada program studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

Nama : Jasmine Aunillah Eszi

NIM : 20.67.0028

**PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI SI-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Program Sosial Sahabat Relawan
Komunitas Sekolah Marjinal Yogyakarta**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Jasmine Aunillah Eszi
20.67.0028

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 7 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Kartika Sari Yudaningsar S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302444

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Program Sosial Sahabat Relawan
Komunitas Sekolah Marjinal Yogyakarta**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Jasmine Aunillah Fszj

20.67.0028

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 23 Februari 2024

Nama Penguji

Nurbayati, S.I.Kom., M.A., Dr.
NIK. 190302363

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.
NIK. 190302107

Kartika Sari Yudaningsar S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302444

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
6 Maret 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, penelitian skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Program Sahabat Relawan Komunitas Sekolah Marjinal Yogyakarta merupakan karya saya sendiri (asli). Pada isi penelitian skripsi tidak terdapat karya milik peneliti lain kecuali yang telah tertulis dan sebagai acuan penelitian saya yang telah saya cantumkan pada daftar pustaka.

Yogyakarta, 7 Februari 2024



Jasmine Anillah Eszi

NIM 20.67.0028

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa karena atas nikmat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir penelitian skripsi yang dilaksanakan selama tiga bulan dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Program Sosial Komunitas Sekolah Marjinal Yogyakarta” sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penelitian skripsi dengan baik dan tepat waktu sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi.

Dalam hal ini peneliti menyadari bahwa dalam melakukan penelitian tugas akhir skripsi masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan, untuk itu jika terdapat kritik dan saran maka peneliti akan sangat menerima dan terbuka akan kritik dan saran yang diberikan. Peneliti juga menyadari bahwa dalam menulis tugas akhir penelitian skripsi tak lepas dari kesulitan dan hambatan-hambatan yang terjadi. Dalam menyelesaikan penelitian tugas akhir skripsi ini, tentunya peneliti telah dapat banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas nikmat dan rahmat-Nya yang telah diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. M.Suyanto,M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom.,M.Eng., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Ibu Kartika Sari Yudaningsgar, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan meluangkan waktu serta memberi arahan kepada peneliti dalam proses menyelesaikan penelitian skripsi.
6. Terima kasih kepada kedua orangtua peneliti, ayah dan ibu, terima kasih sudah mendoakan, memberikan motivasi, arahan, kasih sayang, dan nasihat

setiap hari kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan tepat waktu.

7. Terima kasih kepada saudara perempuan peneliti, Ivana Mutia Eszi dan seluruh keluarga besar peneliti yang telah memberikan motivasi dan doa.
8. Kucing peneliti yaitu Onil, Cemplon, dan Grey yang selalu menghibur dan membuat peneliti semangat.
9. Teman-teman Komunitas Sekolah Marjinal yang telah memberikan dukungan dan waktunya kepada peneliti.
10. Narasumber peneliti yaitu Mutiara Rengganis, Indah Nuraini Putri Mariyadi, Marcelino Kurniawan, dan Hilmy Fachri Aryan Signori yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber.
11. Teman-teman sekolah dan teman-teman kuliah peneliti yang telah memberikan semangat dan mendukung peneliti untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.
12. Seluruh rekan kerja BigEvo, PT. Orange Global yang telah memberikan kesempatan dan waktu kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.

Yogyakarta, 7 Februari 2024



Jasmine Aunillah Eszi

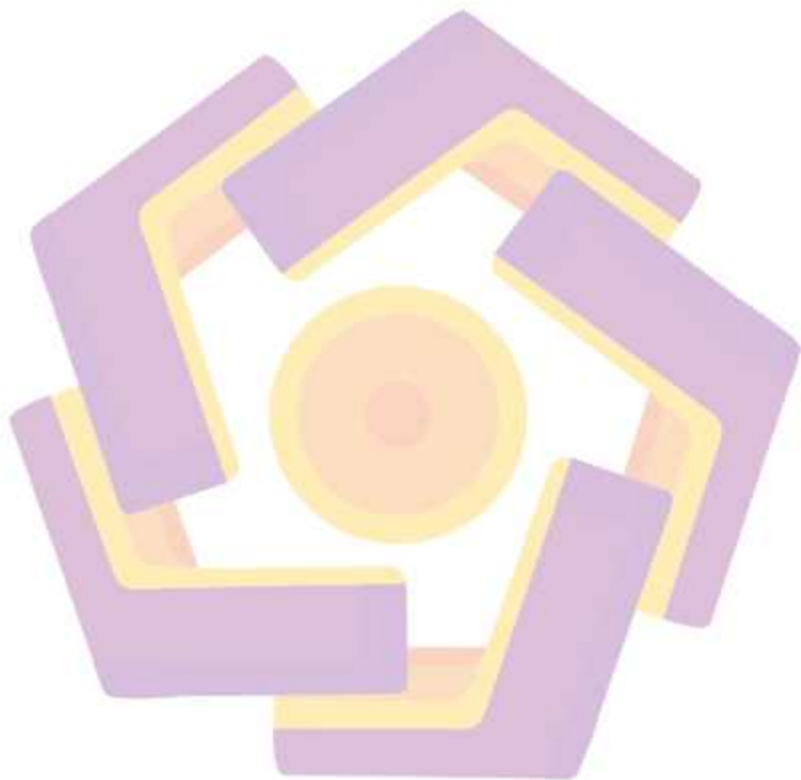
NIM 20.67.0028

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Akademis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	8
2.1.2 <i>Aware, Appeal, Ask, Action, Advocate</i>	11
2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication Mix</i>)	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 <i>Design</i> Penelitian	21
3.1.1 Jenis Penelitian	21
3.1.2 Metode Penelitian	21
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	22
3.2.1 Objek Penelitian	22
3.2.2 Subjek Penelitian	22
3.3 Sumber Data	24
3.3.1 Sumber Data Primer	24
3.3.2 Sumber Data Sekunder	25
3.4 Lokasi Penelitian	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Teknik Analisis Data	27

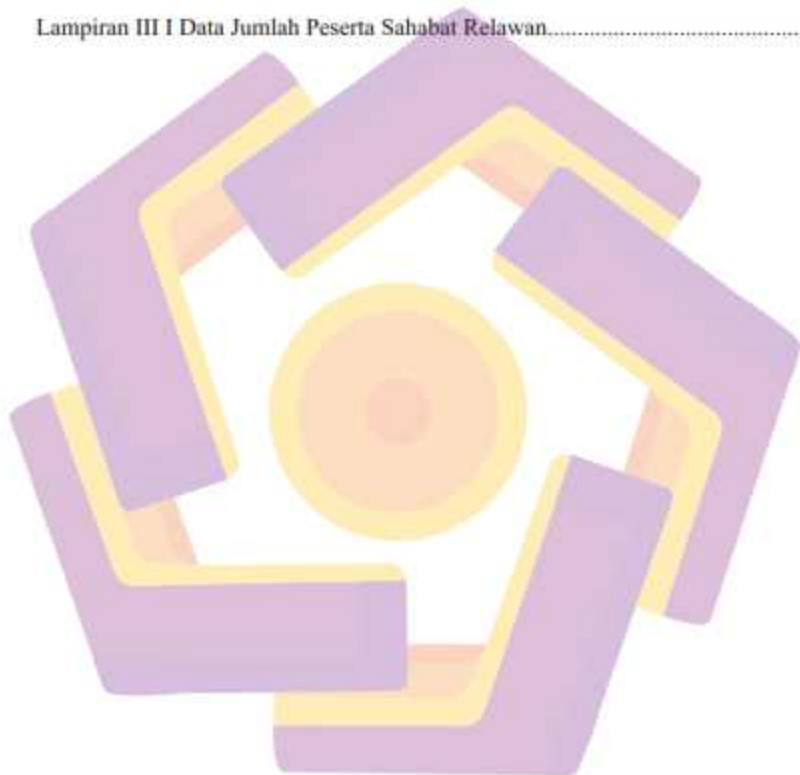
3.6.1 Reduksi Data (<i>data reduction</i>)	27
3.6.2 Penyajian Data (<i>data display</i>)	27
3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (<i>conclusion and verification</i>)... 27	
3.7 Teknik Validitas Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Hasil Penelitian	29
4.2 Gambaran Umum Komunitas Sekolah Marjinal	29
4.2.1 Logo Komunitas Sekolah Marjinal	30
4.2.3 Visi Komunitas Sekolah Marjinal	31
4.2.4 Misi Komunitas Sekolah Marjinal	32
4.2.5 Susunan Pengurus Komunitas Sekolah Marjinal	32
4.3 Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	34
4.3.1 Menerapkan segmentasi tetapi bersifat situasional	34
4.3.2 Mahasiswa sebagai spesifik target	36
4.3.3 Tarif lebih murah dibandingkan dengan kompetitor	37
4.4 Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran	39
4.4.1 Belum menerapkan strategi <i>advertising</i>	39
4.4.2 Menerapkan <i>sales promotion</i> bersifat situasional	40
4.4.3 Mengadakan tema <i>event workshop</i>	43
4.4.4 Bekerjasama dengan relasi komunitas	45
4.4.5 <i>Online and social media marketing</i> strategi yang paling diterapkan ... 48	
4.4.6 Memanfaatkan gadget sebagai alat promosi	53
4.4.7 Belum menerapkan <i>direct and database marketing</i>	56
4.4.8 Menerapkan <i>personal selling</i> dengan presentasi	56
4.5 Pembahasan	57
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
5.2.1 Saran Praktis	64
5.2.2 Saran Akademis	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN II Daftar Pertanyaan Wawancara	70
Lampiran III I Data Jumlah Peserta Sahabat Relawan	79
LAMPIRAN IV Dokumentasi Kegiatan Sahabat Relawan	81

LAMPIRAN V Dokumentasi Penelitian.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	87



DAFTAR TABEL

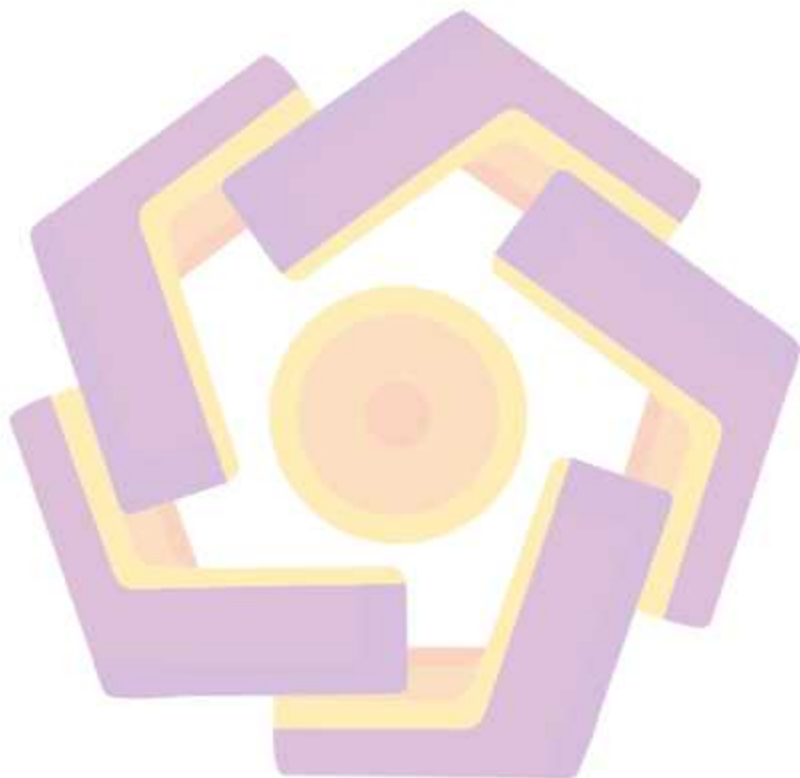
Tabel 1. 1 Data jumlah siswa peserta didik Daerah Istimewa Yogyakarta.....	4
Tabel 1. 2 Data jumlah penduduk miskin DIY 2020-2022.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Identitas Subjek Penelitian.....	23
Lampiran III I Data Jumlah Peserta Sahabat Relawan.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Komunitas Sekolah Marjinal	30
Gambar 4. 2 Peta Lokasi Sekolah Marjinal	31
Gambar 4. 3 Peta Lokasi Sekolah Harapan.....	31
Gambar 4. 4 Susunan Pengurus Komunitas Sekolah Marjinal	32
Gambar 4. 5 Diskon Program Sahabat Relawan Edisi Bank Mike.....	42
Gambar 4. 6 Diskon Program Sahabat Relawan Edisi Bank Mike.....	42
Gambar 4. 7 Dokumentasi Sahabat Relawan Edisi Workshop.....	44
Gambar 4. 8 Poster Sahabat Relawan #4.....	44
Gambar 4. 9 Dokumentasi Sahabat Relawan Edisi Workshop.....	44
Gambar 4. 10 Poster Sahabat Relawan Edisi Kedua "Bank Mike".....	46
Gambar 4. 11 Poster Sahabat Relawan Edisi Ketiga "Museum Tour".....	46
Gambar 4. 12 Poster Sahabat Relawan Edisi Kelima "Outing Class".....	46
Gambar 4. 13 Dokumentasi Video Acara Sahabat Relawan Edisi Pertama.....	49
Gambar 4.14 Poster Sahabat Relawan Edisi Pertama.....	49
Gambar 4. 15 Dokumentasi Video Acara Sahabat Relawan Edisi Kedua.....	49
Gambar 4. 16 Poster Sahabat Relawan Edisi Kedua "Bank Mike".....	49
Gambar 4. 17 Dokumentasi Video Acara Sahabat Relawan Edisi Ketiga.....	50
Gambar 4. 18 Poster Sahabat Relawan Edisi Ketiga "Museum Tour".....	50
Gambar 4. 19 Dokumentasi Video Acara Sahabat Relawan Edisi Keempat.....	50
Gambar 4. 20 Poster Sahabat Relawan Edisi Keempat.....	50
Gambar 4. 21 Dokumentasi Video Acara Sahabat Relawan Edisi Kelima.....	51
Gambar 4. 22 Poster Sahabat Relawan Edisi Kelima "Outing Class".....	51
Gambar 4. 23 Dokumentasi Sahabat Relawan Oleh Peserta.....	52
Gambar 4. 24 Arsip Story Instagram Komunitas Sekolah Marjinal.....	52
Gambar 4. 25 Arsip Story Instagram Komunitas Sekolah Marjinal.....	52
Gambar 4. 26 Arsip Story Instagram Komunitas Sekolah Marjinal.....	52
Gambar 4. 27 Mobile Marketing Program Sahabat Relawan.....	55
Gambar 4. 28 Mobile Marketing Program Sahabat Relawan.....	55
Gambar 4. 29 Contact Person Whatsapp.....	56
Gambar 4. 30 Contact Person Whatsapp.....	56
Gambar Lampiran 1 program Sahabat Relawan #3.....	81
Gambar Lampiran 2 Program Sahabat Relawan #3.....	81
Gambar Lampiran 3 Program Sahabat Relawan #4.....	82
Gambar Lampiran 4 Program Sahabat Relawan #4.....	82
Gambar Lampiran 5 Program Sahabat Relawan #5.....	83
Gambar Lampiran 6 Program Sahabat Relawan #5.....	83
Gambar Lampiran 7 Observasi lapangan.....	84
Gambar Lampiran 8 Wawancara Narasumber.....	84

Gambar Lampiran 9 Wawancara Narasumber.....	85
Gambar Lampiran 10 Wawancara Narasumber.....	85
Gambar Lampiran 11 Wawancara Narasumber.....	86



ABSTRAK

Kemiskinan di Indonesia merupakan isu sosial yang sudah terjadi selama bertahun-tahun dan menjadi salah satu isu sosial dihadapi pada setiap tahun. Terdapat beberapa penyebab terjadinya kemiskinan di Indonesia khususnya di Yogyakarta dan satu hal yang menjadi urgensi yaitu pendidikan. Terdapat banyak cara dalam mengambil peran untuk mengatasi masalah pendidikan, salah satunya yaitu Komunitas Sekolah Marjinal. Komunitas Sekolah Marjinal memiliki salah satu program yakni Sahabat Relawan. Program ini merupakan program bersifat kerelawanan satu hari dengan mengajar anak-anak kaum marjinal dan peserta dikenai biaya finansial. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Komunitas Sekolah Marjinal. Penelitian ini menggunakan teori *segmentasi, targeting, positioning* dan bauran komunikasi pemasaran dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi yang digunakan oleh peneliti yakni triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini Komunitas Sekolah Marjinal dalam mempromosikan program Sahabat Relawan menerapkan *segmentasi, targeting, dan positioning* dan menerapkan 6 (enam) dari 8 (delapan) bauran komunikasi pemasaran yakni *sales promotion* dengan mengadakan diskon bersifat situasional, *event and experience* dengan mengadakan *workshop, public relation and publicity* dengan bekerjasama dengan beberapa komunitas untuk mempromosikan Sahabat Relawan, *online and social media marketing* dengan mempromosikan di Instagram dan TikTok dan pemasaran mulut ke mulut melalui media sosial, *mobile marketing* dengan melakukan *broadcast* pesan ke grup grup whatsapp antar komunitas atau peserta Sahabat Relawan sebelumnya, dan personal selling dengan melakukan soft selling presentasi program secara singkat.

Kata Kunci : strategi komunikasi pemasaran, Komunitas Sekolah Marjinal, Sahabat Relawan

ABSTRACT

Poverty in Indonesia is a social issue that has occurred for many years and has become one of the social issues faced every year. There are several causes of poverty in Indonesia, especially in Yogyakarta, and one thing that has become urgent is education. There are many ways to take a role in overcoming education problems, one of which is the Komunitas Sekolah Marjinal. The Komunitas Sekolah Marjinal has one of the programmes, namely Sahabat Relawan. This program is a one-day volunteering program by teaching marginalised children and the participants are charged a financial fee. In this case, researchers are interested in conducting research that aims to find out and describe the marketing communication strategies used by the Komunitas Sekolah Marjinal. This research uses the theory of segmentation, targeting, positioning and marketing communication mix with descriptive methods. The data collection techniques used were interviews, observation, and documentation. The triangulation used by researchers is source triangulation. The results of this study show that the Marginal School Community in promoting the Sahabat Relawan program applies segmentation, targeting, and positioning and applies 6 (six) of the 8 (eight) marketing communication mix, namely sales promotion by holding situational discounts, events and experiences by holding workshops, public relations and publicity by collaborating with several communities to promote Sahabat Relawan, online and social media marketing by promoting on Instagram and TikTok, mobile marketing by broadcasting messages to whatsapp groups between communities or previous Sahabat Relawan participants, and personal selling by doing soft selling brief program presentations.

Keywords : *marketing communication strategies, Marginalized School Community, Sahabat Relawan.*