

**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH
FUNSCOOT KALIURANG DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Burhan Naufal Jauhar Shodiq
NIM. 18.96.0747

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH
FUNSCOOT KALIURANG DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Burhan Naufal Jauhar Shodiq
NIM. 18.96.0747

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran
oleh Funscoot Kaliurang Dalam Mempertahankan Bisnis**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Burhan Naufal Jauhar Shodiq
NIM 18.96.0747

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 3 Januari 2024

Dosen Pembimbing,



Kalis Purwanto, Dr, MM
NIK. 190302357

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran
oleh Funscoot Kaliurang Dalam Mempertahankan Bisnis**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Burhan Naufal Jauhar Shodiq
NIM 18.96.0747

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 23 Januari 2024

Nama Penguji

Kalis Purwanto, Dr, MM
NIK. 190302357

Alvian Alrasid Ajibulloh., M.I.Kom
NIK. 190302486

Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302448

Tanda Tangan



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 23 Januari 2024

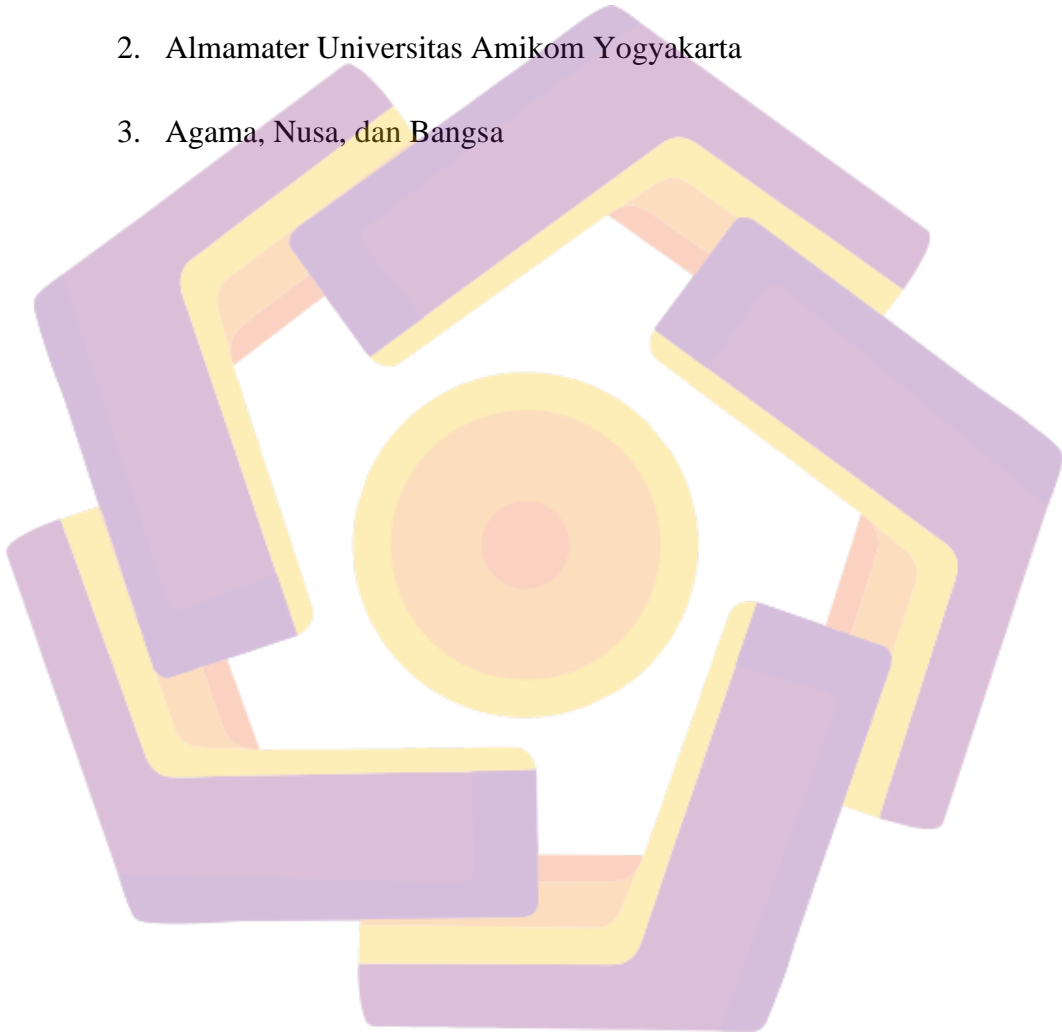


Burhan Naufal Jauhar Shodiq
NIM. 18.96.0747

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap pusi syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, dukungan, serta semangat
2. Almamater Universitas Amikom Yogyakarta
3. Agama, Nusa, dan Bangsa



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh FunScoot Kaliurang dalam Mempertahankan Bisnis”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

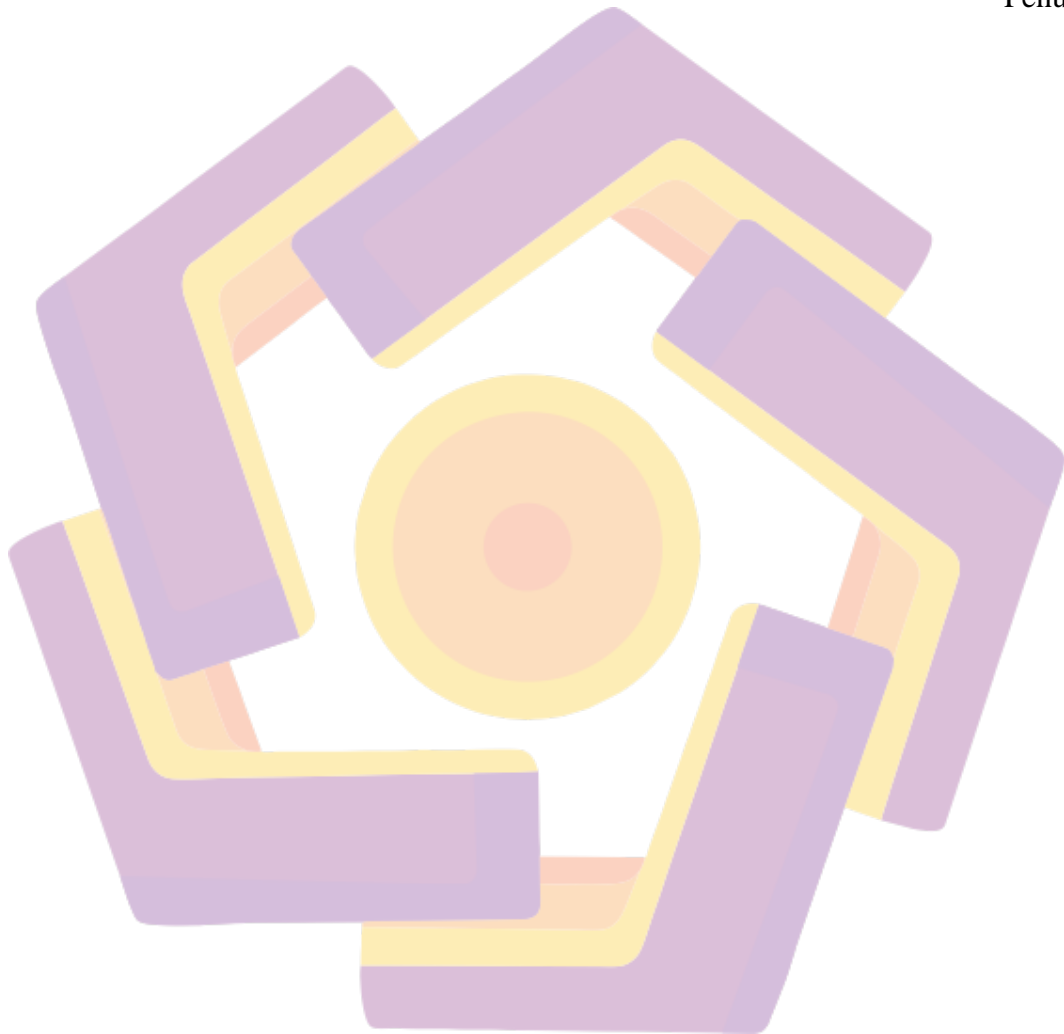
Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan, bantuan, semangat, saran-saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Bapak Kalis Purwanto, Dr, MM selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya serta memberikan saran dan arahan dengan baik sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
6. FunScoot Kaliurang yang telah memberikan izin penelitian
7. Kedua orangtua yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta semangat
8. Kakak saya yang telah banyak membantu dan memberikan semangat
9. Teman – teman saya yang telah memberikan dukungan serta semangat

Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan bagi semua pihak.

Yogyakarta, Januari 2024

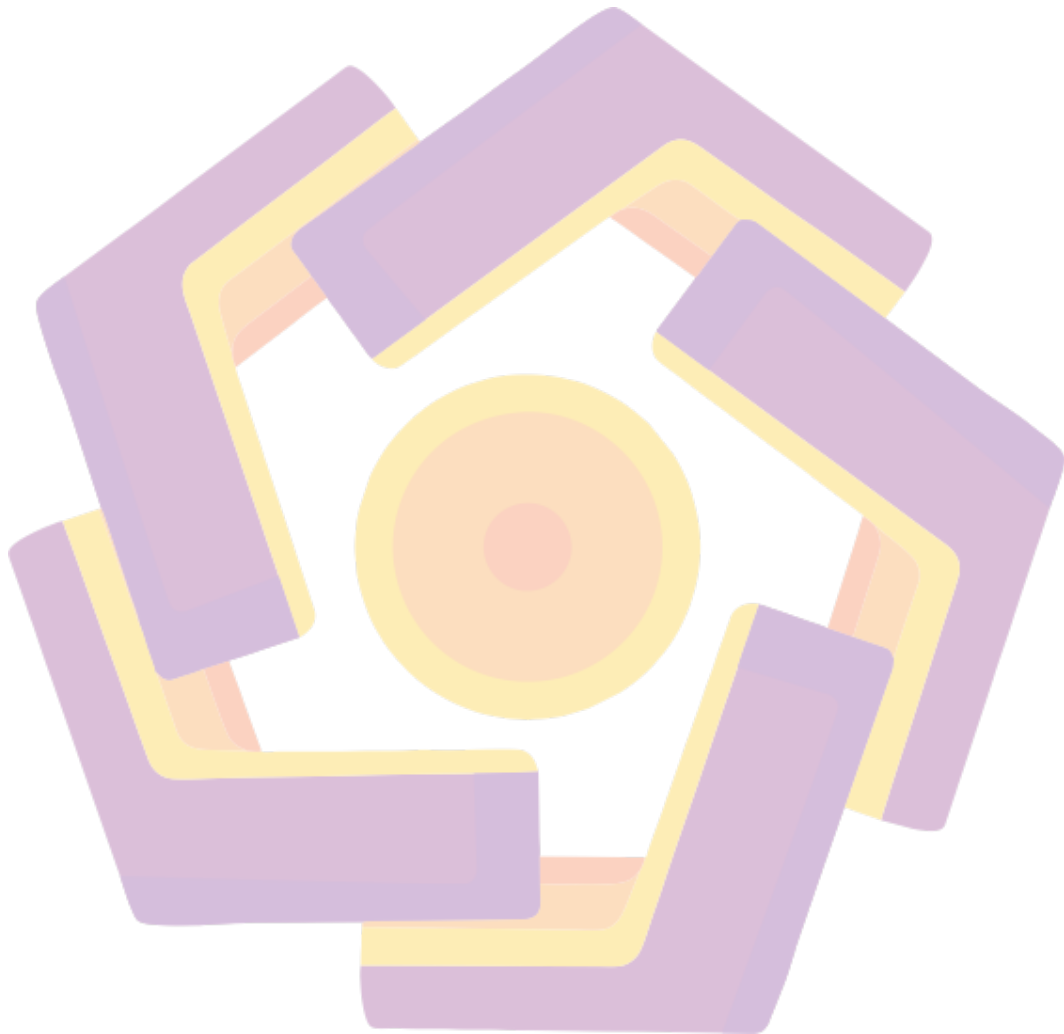
Penulis



DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN SAMPUL | |
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| ABSTRAK | xii |
| ABSTRACT..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 3 |
| C. Tujuan Penelitian | 3 |
| D. Manfaat Penelitian | 4 |
| E. Sistematika Penulisan | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 5 |
| A. Landasan Teori..... | 5 |
| B. Penelitian Terdahulu | 14 |
| C. Kerangka Konsep | 16 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 17 |
| A. Metode Penelitian..... | 17 |
| B. Subjek dan Objek Penelitian | 17 |
| C. Teknik Pengumpulan Data | 18 |
| D. Teknik Analisis Data..... | 19 |
| E. Teknik Keabsahan Data | 20 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 21 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 21 |
| B. Sumber Informan | 22 |
| C. Strategi Komunikasi Pemasaran FunScoot | 22 |
| D. Hambatan FunScoot dalam Mempertahankan Bisnis | 35 |

| | |
|----------------------------|-----------|
| BAB V PENUTUP | 37 |
| A. Kesimpulan..... | 37 |
| B. Saran..... | 38 |
| DAFTAR PUSTAKA | 39 |
| LAMPIRAN..... | 41 |
| CURRICULUM VITAE | 51 |



DAFTAR GAMBAR

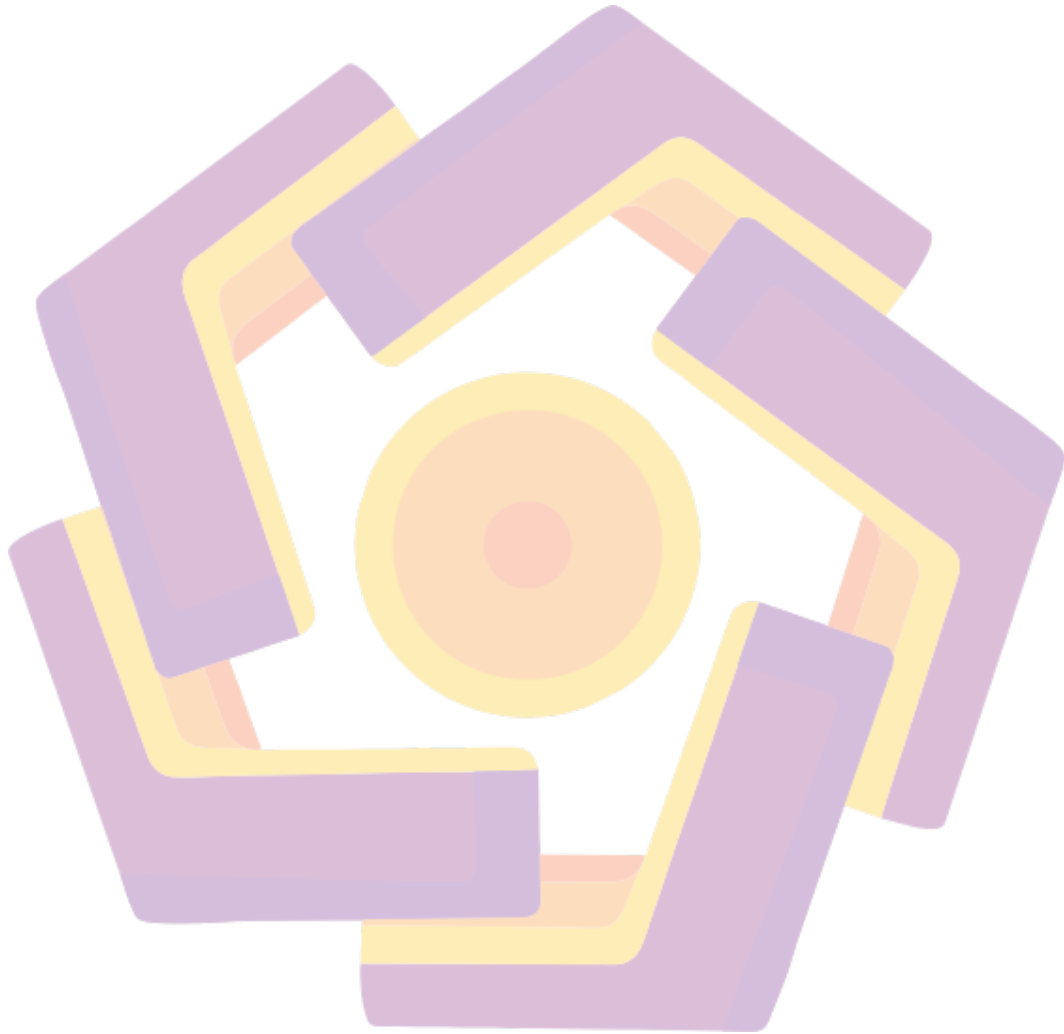
Gambar 4.1. FunScoot Kaliurang

Gambar 4.2. *Stand Banner* di FunScoot

Gambar 4.3. Promosi oleh Karyawan FunScoot

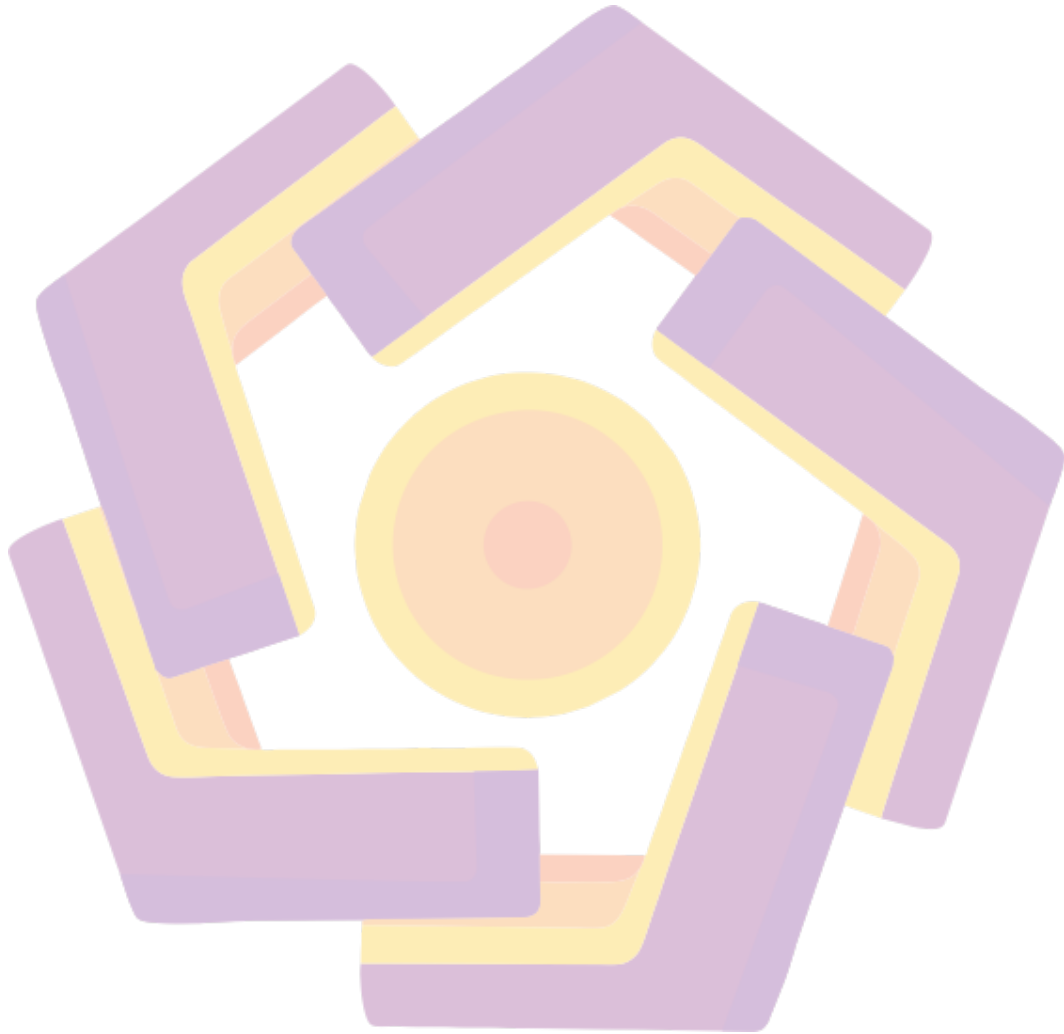
Gambar 4.4. Instagram FunScoot

Gambar 4.5. TikTok FunScoot



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2. Hasil Wawancara
- Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 4. Lembar Ijin Penelitian



ABSTRAK

Perubahan gaya hidup masyarakat di era modern ini mengakibatkan bertambahnya jumlah pengusaha yang menciptakan ide kreatif guna memenuhi keinginan konsumen. Mengetahui hal tersebut menyebabkan mulai berkembangnya bisnis skuter, salah satunya FunScoot Kaliurang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi pemasaran oleh FunScoot Kaliurang dalam mempertahankan bisnis.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah data model Miles dan Huberman. Menurut mereka, analisis data kualitatif adalah mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Subyek dari penelitian ini adalah owner, karyawan, dan konsumen FunScoot Kaliurang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran FunScoot dalam mempertahankan bisnis dilakukan dengan 3 tahap, yaitu perencanaan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Tahap perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan FunScoot adalah mengidentifikasi sasaran audiens, mengetahui tujuan komunikasi pemasaran, menganalisis menggunakan SWOT, dan memilih saluran komunikasi pemasaran. Tahap pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan FunScoot menggunakan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Intergrated Marketing Communications) yaitu, periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), humas dan publikasi (*Publicrelation & Publicity*), penjualan perseorangan (*personal selling*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Tahap evaluasi dilakukan FunScoot untuk melihat hasil dari perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan FunScoot serta untuk menjadi bahan pertimbangan dalam membenahi proses komunikasi pemasaran yang dilakukan

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran, mempertahankan bisnis, skuter

ABSTRACT

Changes in people's lifestyles in this modern era have resulted in an increase in the number of entrepreneurs who create creative ideas to fulfill consumer desires. Knowing this has led to the development of scooter businesses, one of which is FunScoot Kaliurang. This research aims to find out the implementation of marketing communication strategy by FunScoot Kaliurang in maintaining the business.

The research method used in this research is descriptive research with a qualitative approach. The data sources used in this study used observation, interviews and documentation. The data analysis technique used is the Miles and Huberman data model. According to them, qualitative data analysis is reducing data, presenting data, and drawing conclusions. The subjects of this research are the owner, employees, and consumers of FunScoot Kaliurang.

The results showed that FunScoot's marketing communication strategy in maintaining the business is carried out in 3 stages, namely strategy planning, strategy implementation, and strategy evaluation. The planning stage of the marketing communication strategy carried out by FunScoot is identifying the target audience, knowing the objectives of marketing communication, analyzing using SWOT, and selecting marketing communication channels. The implementation stage of the communication strategy carried out by FunScoot uses Integrated Marketing Communications, namely, advertising, sales promotion, public relations and publicity, personal selling and direct marketing. The evaluation stage is carried out by FunScoot to see the results of the planning and implementation of the marketing communication strategy carried out by FunScoot and to be taken into consideration in improving the marketing communication process carried out.

Keywords : Marketing communication strategy, maintaining business, scooter