

**STRATEGI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA BISNIS  
RENTAL KOSTUM *COSPLAY* PAWCHA GALLERY**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Vedra Diva Mayestita Diknastya

20.96.2032

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

**STRATEGI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA BISNIS  
RENTAL KOSTUM *COSPLAY* PAWCHA GALLERY**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

Vedra Diva Mayestita Diknastya

20.96.2032

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

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**


**STRATEGI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA BISNIS RENTAL  
KOSTUM *COSPLAY* PAWCHA GALLERY**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Vedra Diva Mayestita Diknastya  
20.96.2032

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada, 30 Juli 2024

Dosen Pembimbing,



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

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA BISNIS RENTAL  
KOSTUM COSPLAY PAWCHA GALLERY**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Vedra Diva Mayestita Diknastya  
20.96.2032

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada tanggal bln tahun

**Nama Penguji**

Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si  
NIK. 190302478

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

Kartika Sari Yudaningsgar, 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)  
( 30 Agustus 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, 31 Juli 2024



Vedra Diva Mayestita D  
NIM. 20.96.2032

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas hadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, “Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Bisnis Rental Kostum *Cosplay* Pawcha Gallery”. Skripsi ini ditulis dan diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

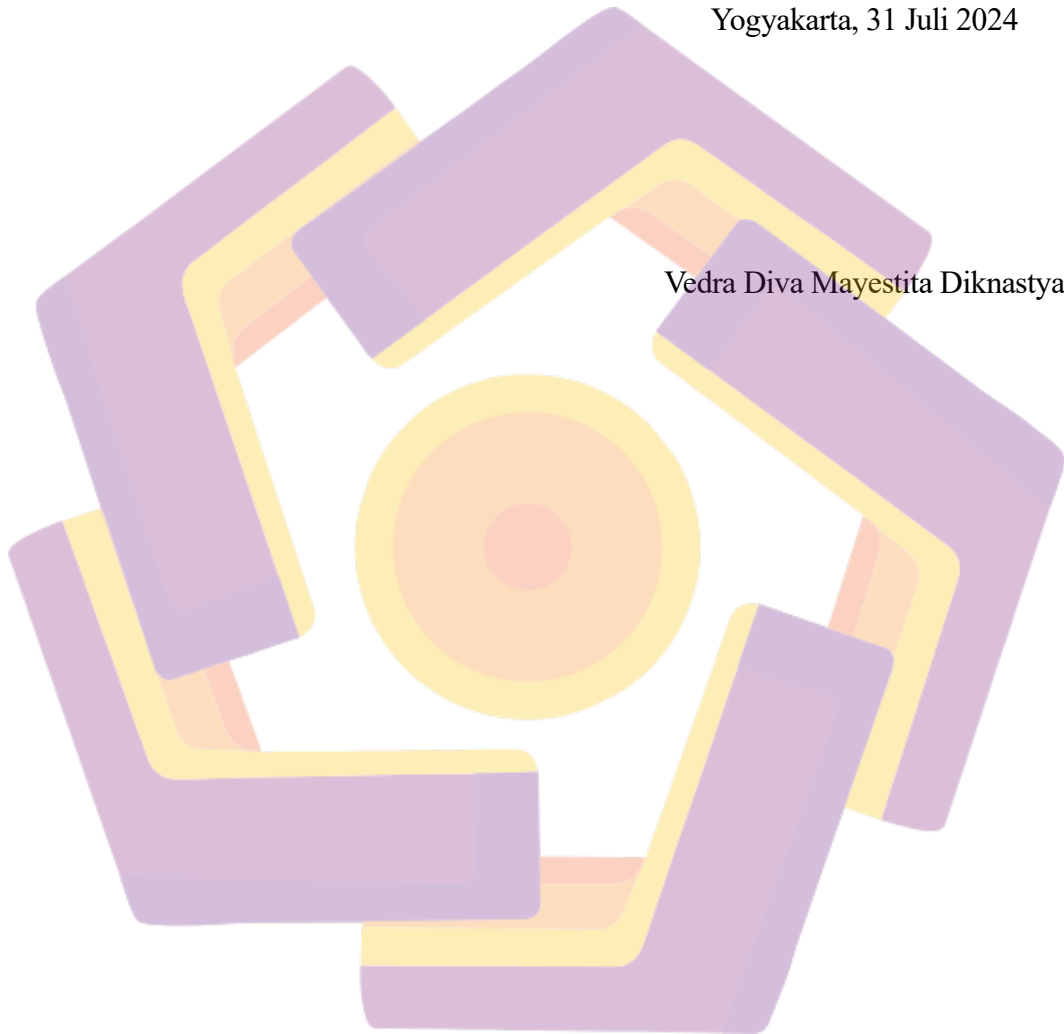
Proses penyusunan skripsi ini, mulai dari awal hingga akhir, dapat diselesaikan atas bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Secara khusus, peneliti menyampaikan Syukur serta terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta;
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta;
3. Erik Hadi Sahputra, S.Kom., M.Eng, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta;
4. Kartika Sari Yudaningsari S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing
5. Devi Wening Astari M.I.Kom, yang telah memberikan saran dan bantuan dalam menentukan konsep pada skripsi ini;
6. Seluruh bapak/ibu dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan;
7. Kedua orang tua, adik, dan eyang peneliti, yang telah memberikan dukungan serta doanya;
8. Khotimah selaku narasumber serta pemilik bisnis rental kostum cosplay Pawcha Gallery Galley yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi sumber data penelitian;
9. Adhel, Naila, Nana, Hilda, Diana, Raihanah, Yowinda serta teman-teman lainnya yang telah mendukung dan mendoakan.
10. Rafayel, Sylus, Xavier dan Dr. Zayne yang telah memberikan semangat serta dukungan

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki kekurangan. Meskipun demikian, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya, terutama dalam bidang akademis maupun praktis. Di samping itu, peneliti juga bersedia menerima kritik dan saran terhadap skripsi ini dan dapat dijadikan sebagai pembelajaran serta dorongan untuk evaluasi diri.

Yogyakarta, 31 Juli 2024

Vedra Diva Mayestita Diknastya



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Batasan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Segi teoritis .....	6
1.5.2 Secara Praktis.....	7
a. Bagi Peneliti .....	7
b. Bagi Pawcha Gallery .....	7
1.6 Sistematika Bab .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka.....	14
2.2.1 Rental Kostum <i>Cosplay</i> .....	14
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	15
2.2.2.1 Periklanan ( <i>advertising</i> ).....	16
2.2.2.2 Promosi penjualan ( <i>sales promotion</i> ).....	16

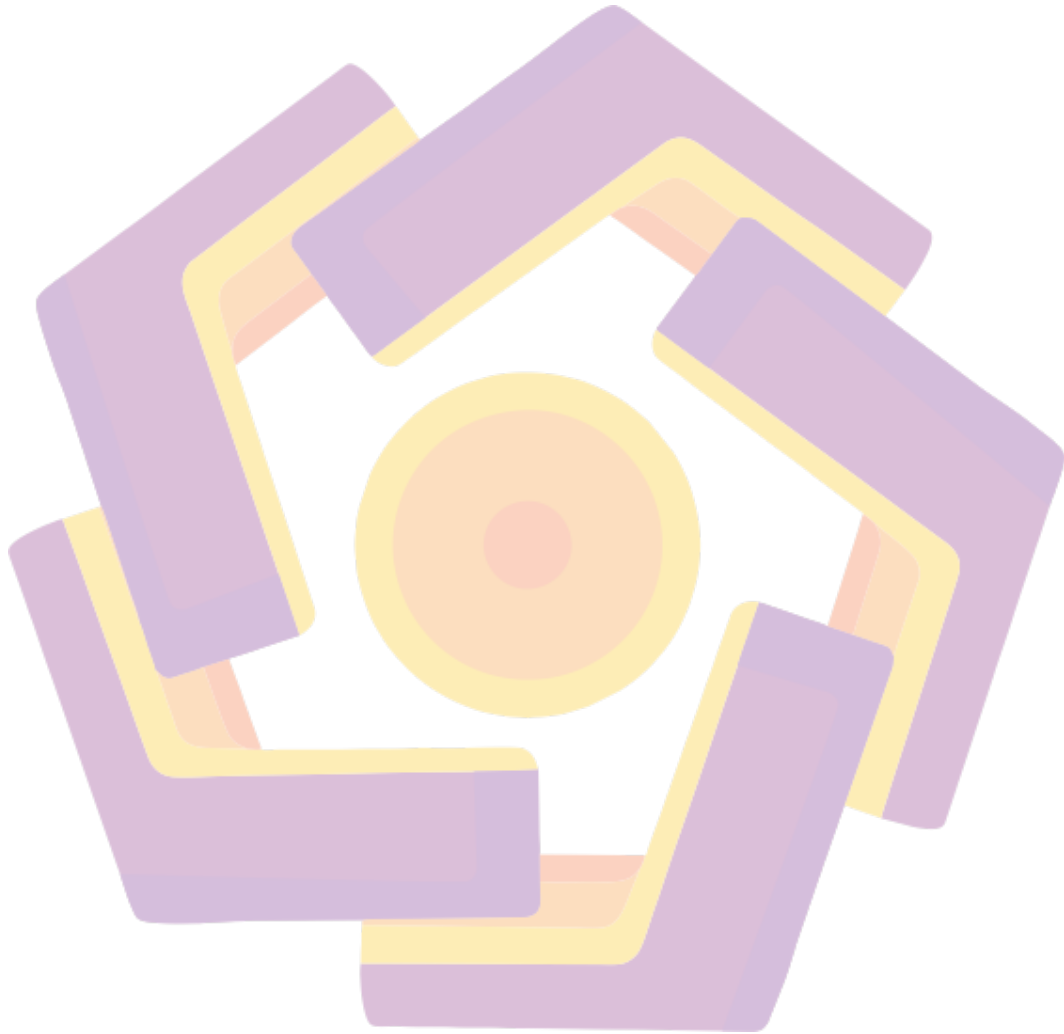


2.2.2.3 Acara dan pengalaman ( <i>event and experience</i> ).....	16
2.2.2.4 Hubungan masyarakat ( <i>public relations</i> ) .....	16
2.2.2.5 Pemasaran langsung ( <i>direct marketing</i> ).....	17
2.2.2.6 Pemasaran interaktif ( <i>internet marketing</i> ) .....	17
2.2.2.7 Pemasaran dari mulut ke mulut ( <i>word of mouth marketing</i> )....	17
2.2.2.8 Penjualan personal ( <i>personal selling</i> ) .....	17
2.3 Kerangka Berfikir.....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	19
3.2 Pendekatan Penelitian .....	19
3.3 Metode Penelitian.....	20
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	20
3.4.1 Subjek Penelitian.....	20
3.4.2 Objek Penelitian .....	21
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	21
3.5.1 Observasi.....	22
3.5.2 Wawancara.....	22
3.5.3 Dokumentasi.....	22
3.6 Waktu Penelitian.....	23
3.7 Teknik Analisis Data .....	23
3.7.1 Reduksi Data.....	23
3.7.2 Penyajian Data.....	24
3.7.3 Penarikan Kesimpulan .....	24
3.8 Teknik Keabsahan Penelitian.....	25
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>26</b>
4.1 Deskripsi Profil Narasumber .....	26
4.2 Hasil Penelitian.....	26
4.2.1 Rental Kostum <i>Cosplay</i> .....	26
4.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	28
4.2.2.1 Periklanan ( <i>advertising</i> ).....	29
4.2.2.2 Promosi penjualan ( <i>sales promotion</i> ) .....	30

4.2.2.3 Acara dan pengalaman ( <i>event and experience</i> ) .....	31
4.2.2.4 Hubungan masyarakat ( <i>public relations</i> ).....	33
4.2.2.5 Pemasaran langsung ( <i>direct marketing</i> ).....	34
4.2.2.6 Pemasaran interaktif ( <i>internet marketing</i> ) .....	35
4.2.2.7 Pemasaran dari mulut ke mulut ( <i>word of mouth marketing</i> ) 36	
4.2.2.8 Penjualan personal ( <i>personal selling</i> ).....	38
4.3 Pembahasan .....	39
4.3.1 Rental Kostum Cosplay .....	39
4.3.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	40
4.3.2.1 Periklanan ( <i>advertising</i> ).....	41
4.3.2.2 Promosi penjualan ( <i>sales promotion</i> ).....	41
4.3.2.3 Acara dan pengalaman ( <i>event and experience</i> ).....	42
4.3.2.4 Hubungan masyarakat ( <i>public relations</i> ) .....	43
4.3.2.5 Pemasaran langsung ( <i>direct marketing</i> ).....	44
4.3.2.6 Pemasaran interaktif ( <i>internet marketing</i> ) .....	44
4.3.2.7 Pemasaran dari mulut ke mulut ( <i>word of mouth marketing</i> )....	45
4.3.2.8 Penjualan personal ( <i>personal selling</i> ).....	46
BAB V PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN .....	52

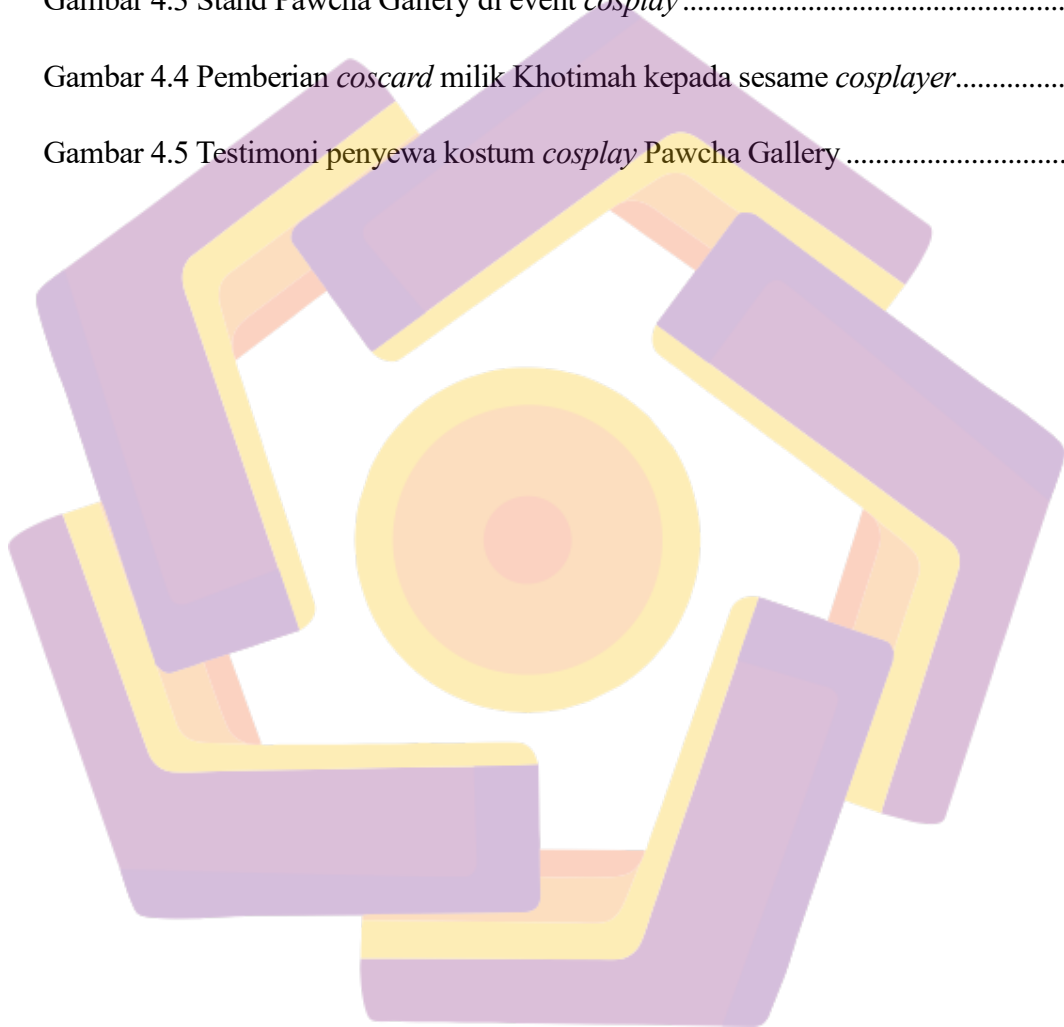
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Bisnis Rental Kostum <i>Cosplay</i> Tahun 2023 .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9



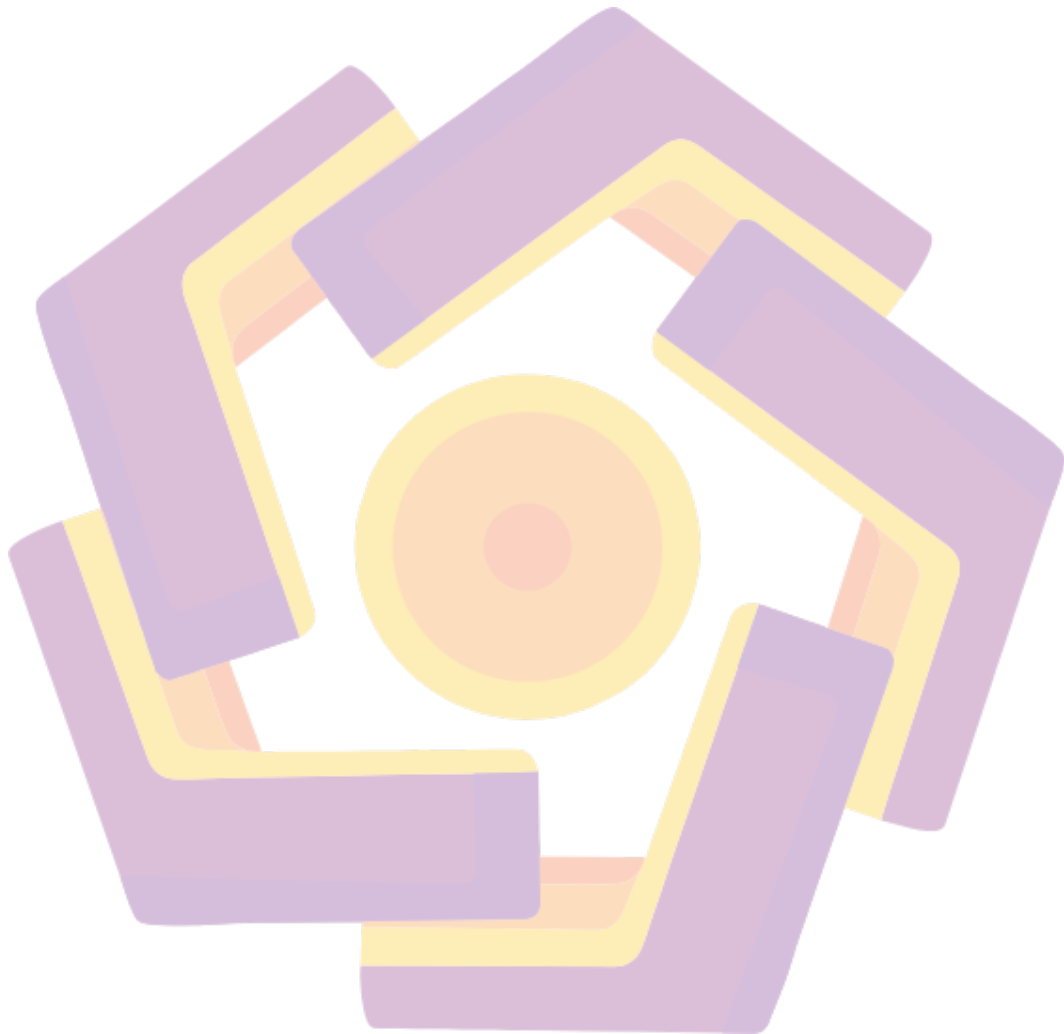
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	18
Gambar 4.1 Diskon voucher Pawcha Gallery .....	30
Gambar 4.2 Pawcha Gallery sebagai <i>media partner</i> pada event <i>cosplay Cosrent No Matsuri</i> .....	32
Gambar 4.3 Stand Pawcha Gallery di event <i>cosplay</i> .....	32
Gambar 4.4 Pemberian <i>coscard</i> milik Khotimah kepada sesame <i>cosplayer</i> .....	37
Gambar 4.5 Testimoni penyewa kostum <i>cosplay</i> Pawcha Gallery .....	38



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Guide Wawancara .....	53
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	56
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara .....	64



## ABSTRAK

Rental kostum *cosplay* adalah salah satu bisnis *cosplay* yang tengah berkembang di industri *cosplay* saat ini. Rental kostum *cosplay* merupakan bisnis jasa yang menawarkan berbagai kostum *cosplay* untuk disewakan kepada cosplayer dengan harga terjangkau dan dapat disewa dalam beberapa waktu yang telah ditentukan. Perkembangan *cosplay* di Indonesia menjadi faktor banyaknya kemunculan bisnis rental *cosplay* pada masing – masing daerah. Peristiwa tersebut yang menjadikan persaingan bisnis rental kostum *cosplay* menjadi ketat. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pawcha Gallery dalam bersaing dengan kompetitornya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Paradigma pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara dengan pemilik dari Pawcha Gallery dan dokumentasi. Dilanjutkan dengan teknik analisis data melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pawcha Gallery mengimplementasikan bauran komunikasi pemasaran dalam memasarkan jasanya dan bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.

Kata kunci: Rental Kostum *Cosplay*, Pawcha Gallery, Bauran Komunikasi Pemasaran

## ABSTRACT

*Cosplay costume rental is one of the growing businesses in the cosplay industry today. Cosplay costume rental is a service business that offers various cosplay costumes for rent to cosplayers at affordable prices, and they can be rented for a specified period of time. The development of cosplay in Indonesia has led to the emergence of many cosplay rental businesses in various regions. The event has made the competition in the cosplay costume rental business intense. This research was conducted with the aim of analyzing and describing the marketing communication mix strategies employed by Pawcha Gallery in competing with its competitors. This research uses a case study research method with a qualitative approach. The paradigm in this research uses a constructivist approach, and the data collection techniques employed are observation, interviews with the owner of Pawcha Gallery, and documentation. Continued with data analysis techniques through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The validity of the data is tested using source triangulation. The results of this research show that Pawcha Gallery implements a marketing communication mix in promoting its services and competing with its competitors.*

*Keywords: Cosplay Costume Rental, Pawcha Gallery, Marketing Communication Mix*