

**ANALISIS STRATEGI *DIRECT MARKETING* UNTUK MENARIK  
MINAT BELI *CLIENT* DALAM PEMBUATAN BUKU TAHUNAN  
SEKOLAH PADA CV OASIS CREATIVE INDONESIA**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Khofifah Septia Agliani

NIM. 19.96.1539

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

**ANALISIS STRATEGI *DIRECT MARKETING* UNTUK MENARIK  
MINAT BELI *CLIENT* DALAM PEMBUATAN BUKU TAHUNAN  
SEKOLAH PADA CV OASIS CREATIVE INDONESIA**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

Khofifah Septia Agliani

NIM. 19.96.1539

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

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**Analisis Strategi Direct Marketing Untuk Menarik Minat Beli Client  
Dalam Pembuatan Buku Tahunan Sekolah Pada  
CV Oasis Creative Indonesia  
yang dipersiapkan dan disusun oleh**

Khofifah Septia Agliani  
NIM 19.96.1539

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
Pada 22 Maret 2024

Dosen Pembimbing,



Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302445

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Analisis Strategi Direct Marketing Untuk Menarik Minat Beli Client Dalam Pembuatan Buku Tahunan Sekolah Pada CV Oasis Creative Indonesia**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Khofifah Septia Agliani  
NIM 19.96.1539

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada Jumat, 22 Maret 2024

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302445

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom  
NIK. 190302437

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302364

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Jumat, 22 Maret 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 Maret 2024



Khofifah Septia Agliani  
NIM. 19.96.1539

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. CV Oasis Creative Indonesia, selaku tempat objek penelitian yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi ini
6. Tim Marketing Oasis Creative Indonesia dan Client Oasis Creative Indonesia, selaku informan penelitian yang telah memberikan bantuan untuk melakukan penelitian skripsi ini
7. Alm. Papa, Mama, Teteh dan Adik tersayang, yang selalu memberikan dukungan untuk materil dan non-materil. Dorongan berupa kata-kata semangat dan doa-doa yang setiap hari dipanjatkan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan bertanggung jawab.

8. Om dan Tante yang penulis hormati, yang telah memberikan dukungan semangat, kasih sayang, dukungan materil dan non-materil sehingga dapat membantu memudahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan bertanggung jawab
9. Haidar, dan Michael selaku sahabat saya, yang selalu mendukung saya dengan kondisi apapun yang saya alami.
10. Arif Juwanda, yang selalu membantu serta memberikan dorongan semangat kepada penulis. Menjadi sosok pendengar yang baik, yang selalu mendengarkan keluh kesah yang selalu penulis curahkan. Atas waktu yang diberikan juga kehadirannya dalam hidup penulis, dengan segenap hati penulis ucapkan terima kasih
11. Teman-teman CV Oasis Creative Indonesia, yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Penulis sangat menerima kritik dan saran yang ditunjukkan kepada penulis yang bertujuan untuk membangun sehingga dapat menjadi lebih baik lagi kedepannya. Semoga skripsi ini dapat menjadi manfaat, wawasan pada siapapun yang membaca, dan dapat menjadi berkat bagi banyak orang termasuk penulis sendiri

Yogyakarta, 22 Maret 2024

Khofifah Septia Agliani

## DAFTAR ISI

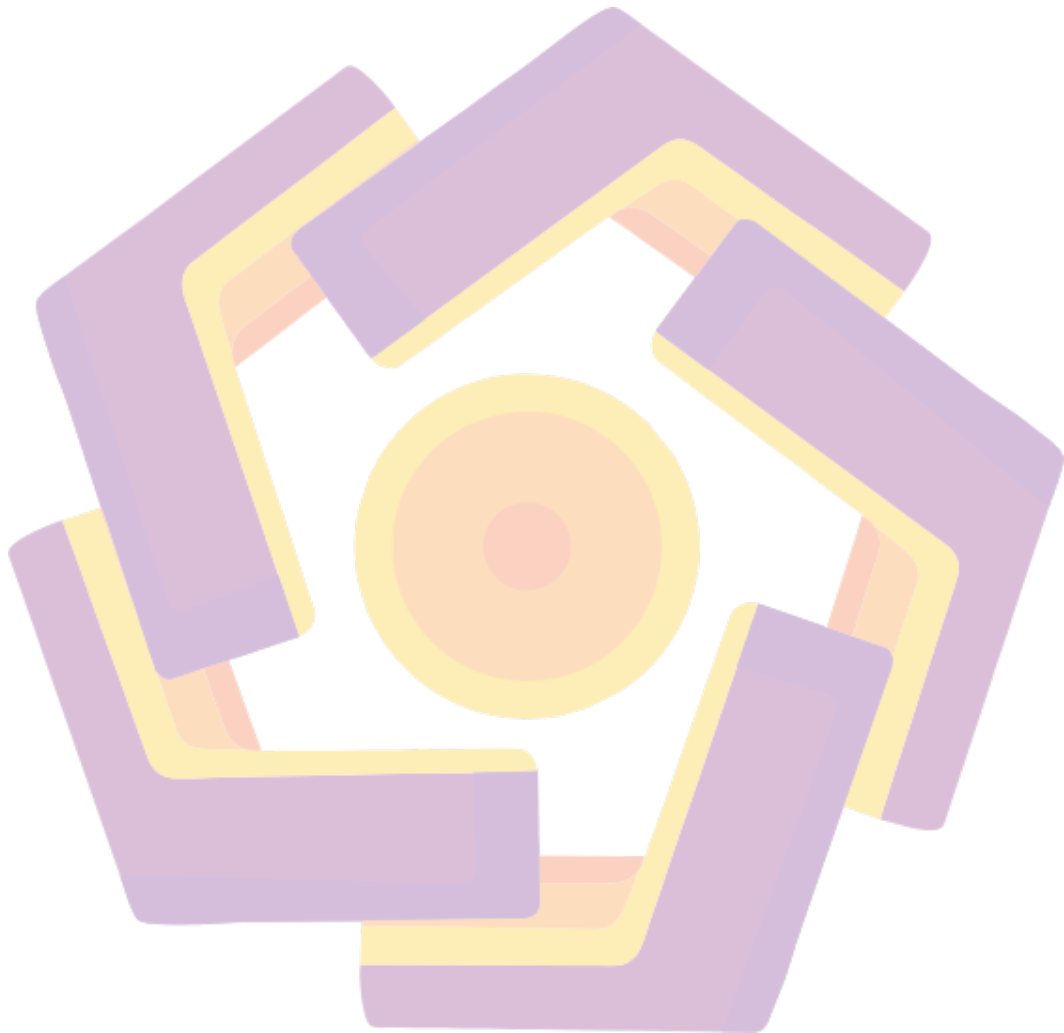
ANALISIS STRATEGI <i>DIRECT MARKETING</i> UNTUK MENARIK MINAT BELI <i>CLIENT</i> DALAM PEMBUATAN BUKU TAHUNAN SEKOLAH PADA CV OASIS CREATIVE INDONESIA .....	i
ANALISIS STRATEGI <i>DIRECT MARKETING</i> UNTUK MENARIK MINAT BELI <i>CLIENT</i> DALAM PEMBUATAN BUKU TAHUNAN SEKOLAH PADA CV OASIS CREATIVE INDONESIA .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
INTISARI .....	xiii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Sistematika Bab.....	4
BAB II .....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	6
2.1.2 Komunikasi Pemasaran .....	8
2.1.4 Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ).....	9
2.1.5 Minat Beli .....	10



2.1.6 Negosiasi .....	12
BAB III.....	20
METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Objek Penelitian .....	20
3.3 Subjek Penelitian.....	20
3.4 Sumber Data .....	21
3.5 Teknik Penentuan Informan.....	21
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.7 Teknik Analisis Data .....	24
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	26
3.9 Kerangka Konsep.....	27
BAB IV .....	29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil Penelitian.....	29
4.1.1 Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	29
4.1.2 Negosiasi .....	32
4.1.3 Minat Beli.....	35
4.1.3 Proses Direct Marketing.....	37
4.2 Pembahasan.....	38
BAB V .....	42
PENUTUP.....	42
A. Kesimpulan .....	42
B. Saran .....	44
DAFTAR PUSTAKA .....	46
LAMPIRAN.....	49

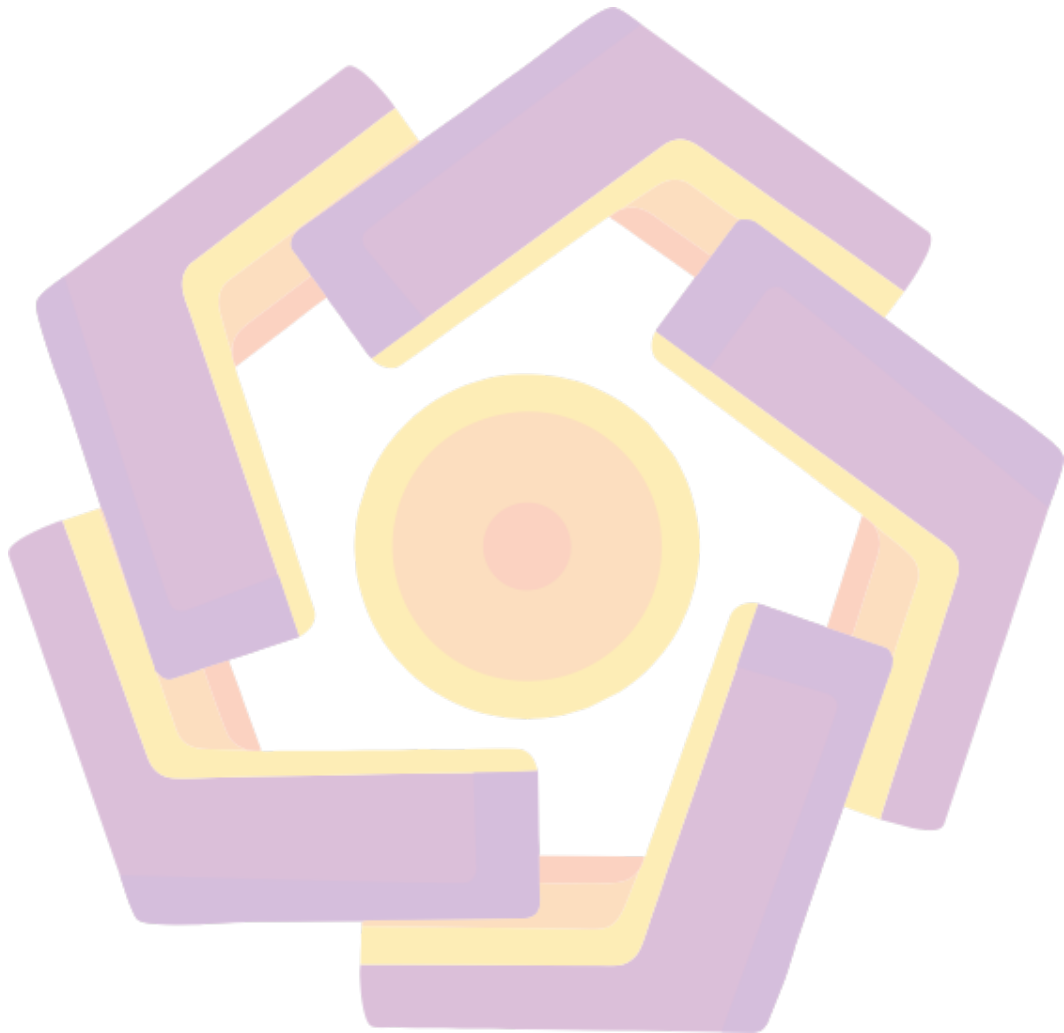
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kriteria Informan .....	14
Tabel 3. 1 Kriteria Informan .....	22



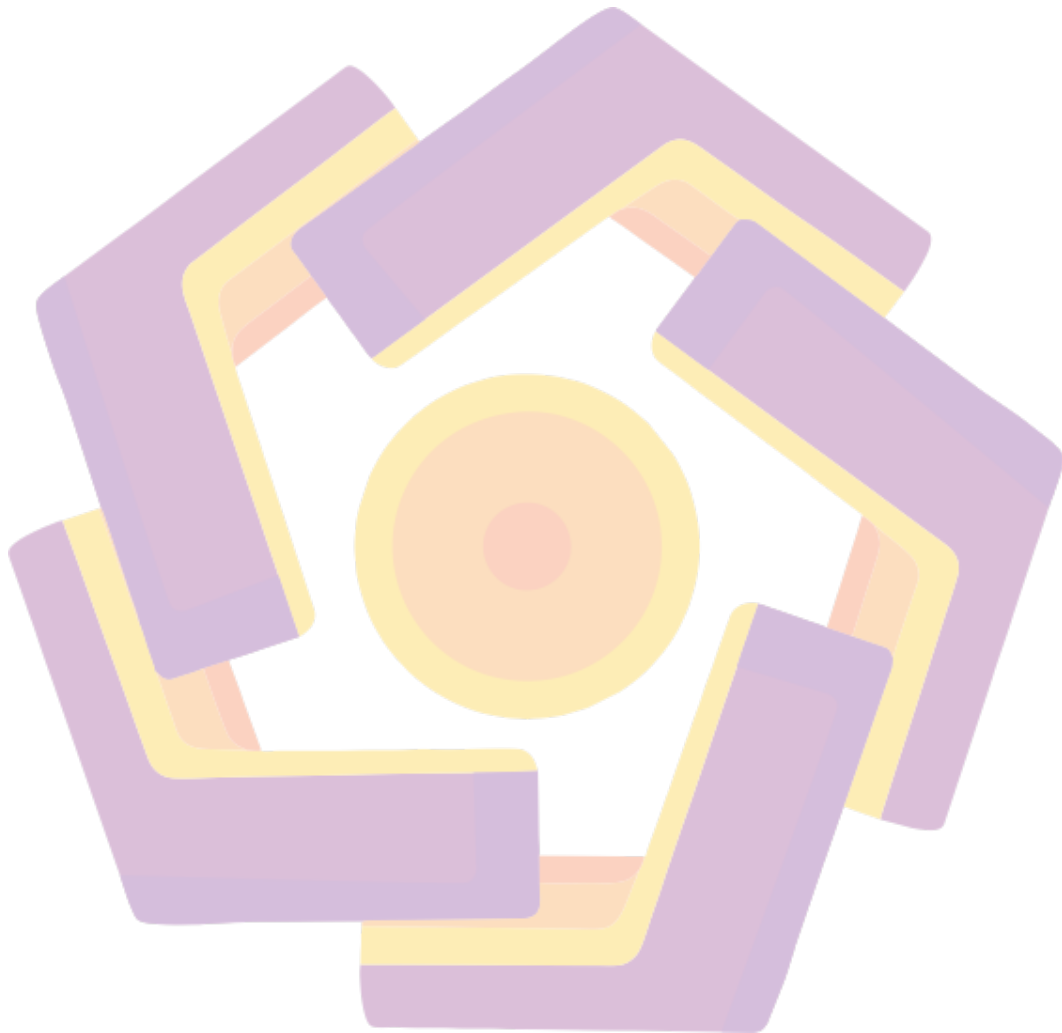
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram Oasis Creative .....	3
Gambar 1.2 Profil Instagram Aparture Indonesia.....	3
Gambar 3.1 Kerangka Konsep .....	28



## DAFTAR LAMPIRAN

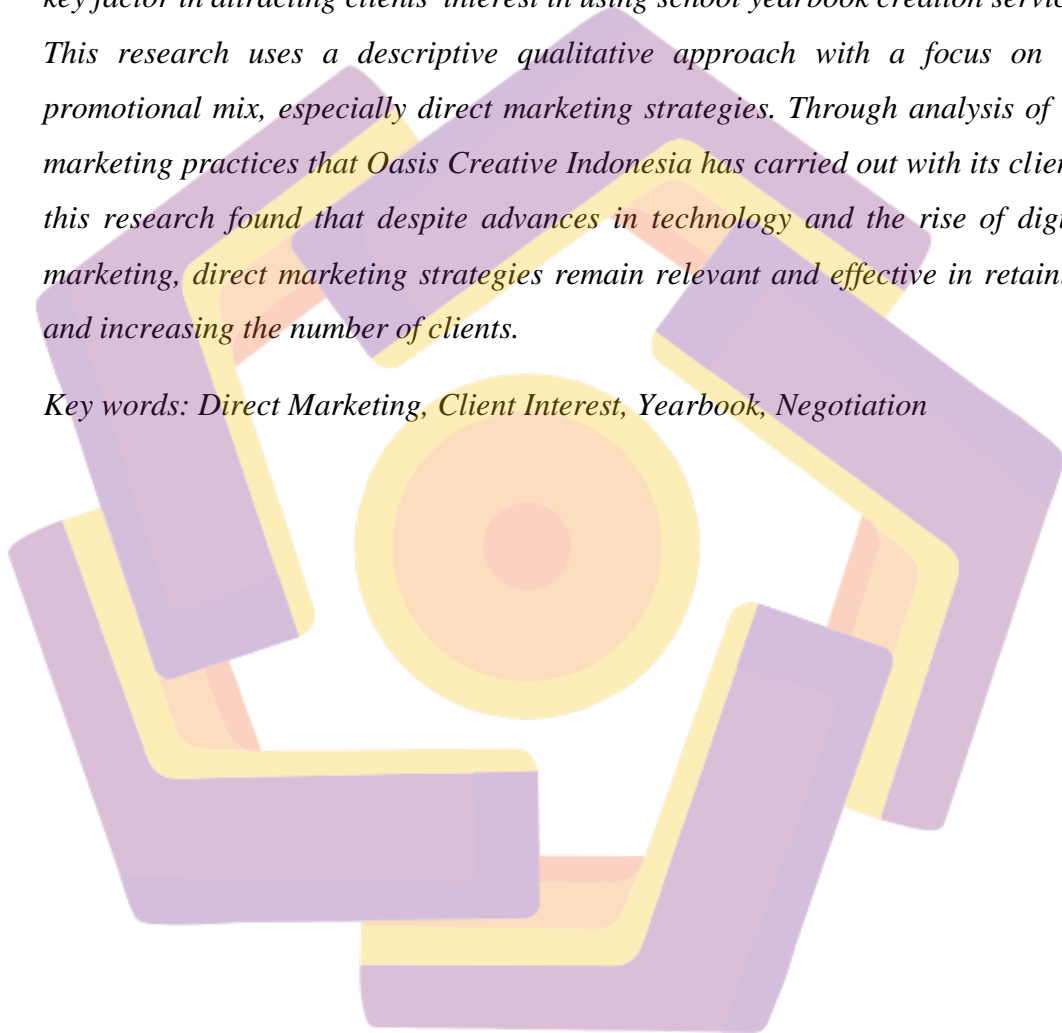
<b>Lampiran 1</b> Interview Guide Penelitian .....	49
<b>Lampiran 2</b> Transkrip Wawancara dengan Informan.....	51
<b>Lampiran 3</b> Foto dengan Informan.....	67
<b>Lampiran 4</b> Dokumentasi kegiatan marketing dan pembuatan yearbook .....	69



## **ABSTRACT**

*This research explores the relevance of direct marketing strategies in the context of school yearbook manufacturing companies, especially at CV Oasis Creative Indonesia. In the era of increasingly advanced digitalization, this research aims to understand how the implementation of direct marketing strategies is still a key factor in attracting clients' interest in using school yearbook creation services. This research uses a descriptive qualitative approach with a focus on the promotional mix, especially direct marketing strategies. Through analysis of the marketing practices that Oasis Creative Indonesia has carried out with its clients, this research found that despite advances in technology and the rise of digital marketing, direct marketing strategies remain relevant and effective in retaining and increasing the number of clients.*

*Key words: Direct Marketing, Client Interest, Yearbook, Negotiation*



## INTISARI

Penelitian ini mengeksplorasi relevansi strategi direct marketing dalam konteks perusahaan pembuatan buku tahunan sekolah, khususnya pada CV Oasis Creative Indonesia. Dalam era digitalisasi yang semakin maju, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penerapan strategi *direct marketing* masih menjadi faktor kunci dalam menarik minat klien untuk menggunakan layanan pembuatan buku tahunan sekolah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada bauran promosi, terutama strategi direct marketing negosiasi. Melalui analisis terhadap praktik-praktik pemasaran yang telah dilakukan oleh Oasis Creative Indonesia terhadap kliennya, penelitian ini menemukan bahwa meskipun terdapat kemajuan teknologi dan maraknya digital marketing, strategi *direct marketing* tetap menjadi relevan dan efektif dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah klien.

Kata kunci : Pemasaran Langsung, Minat Beli, Buku Tahunan Sekolah, Negosiasi