

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EXTRUDE STUDIO  
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI DI  
WEBSITE FIVERR**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :  
HENDRA SOEKACA  
20.96.2036**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EXTRUDE STUDIO DALAM  
MENINGKATKAN MINAT BELI DI  
WEBSITE FIVERR**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Mencapai gelar Sarjana pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh :**  
**HENDRA SOEKACA**  
**20.96.2036**

**PROGRAM SARJANA**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN  
SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EXTRUDE STUDIO  
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI DI  
WEBSITE FIVERR**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Hendra Soekaca  
NIM. 20.96.2036

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
Pada, 19 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



Kadek Kiki Astria, S I Kom, M A

NIK. 190302445

**LEMBAR PENGESAHAN  
SKRIPSI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Hendra Soekaca  
NIM. 20.96.2036

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji  
19 Agustus 2024

**Nama Penguji**

Yulinda Erlistyarini, S.ikom.,  
M.Med.Kom  
NIK. 190302485

DR. Achmad Fauzi, S.E., M.M.  
NIK. 190302022

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

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarajan Ilmu Komunikasi (S.I Kom)

19 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, 19 Agustus 2024



Hendra Soekaca  
20.96.2036

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Maka dari itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan banyak rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Tuhan YME, karena atas ridho dan karunianya skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya, puji syukur yang tak terhingga pada Allah SWT telah mendengarkan dan mengabulkan segala do'a.
2. Prof. Dr.M. Suyanto, M.M., selaku rektor Univeritas Amikom Yogyakarta.
3. Dosen pembimbing Kiki Kadek Astria, S.I.Kom, M.A selaku dosen pembimbing yang salau membimbig dan membantu saya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
4. Kedua orangtua saya yang senantiasa selalu mendukung dan mendo'akan saya atas segala hal yang saya lakukan
5. Kepada dosen pengajar di Universitas Amikom Yogyakarta yang telah senantiasa dengan sabar dan ikhlas memberi dukungan, bimbingan dan pengajaran yang tidak ternilai.
6. Kepada semua teman dan sahabat saya yang selalu mendukung saya.
7. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu saya mengucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, 19 Agustus 2024



Hendra Soekaca

20.96.2036

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
ABSTRAK .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penellitian.....	7
1.6 Sistematika Bab .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Sebelumnya .....	10
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	17
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Digital .....	20
2.2.4 Minat Beli .....	24
2.2.5 Website Fiverr .....	26
2.3 Kerangka Konsep Penelitian .....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31

3.2 Pendekatan Penelitian.....	32
3.3 Metode Penelitian.....	33
3.4 Subjek dan Objek Penelitian .....	33
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	35
3.6 Waktu Penelitian.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.8 Uji Keabsahan Data.....	37
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	39
4.1.1 Profil Extrude Studio .....	39
4.1.2 Profil Narasumber Penelitian.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	40
4.2.2 Minat Beli .....	48
4.3 Pembahasan .....	49
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>	<b>58</b>

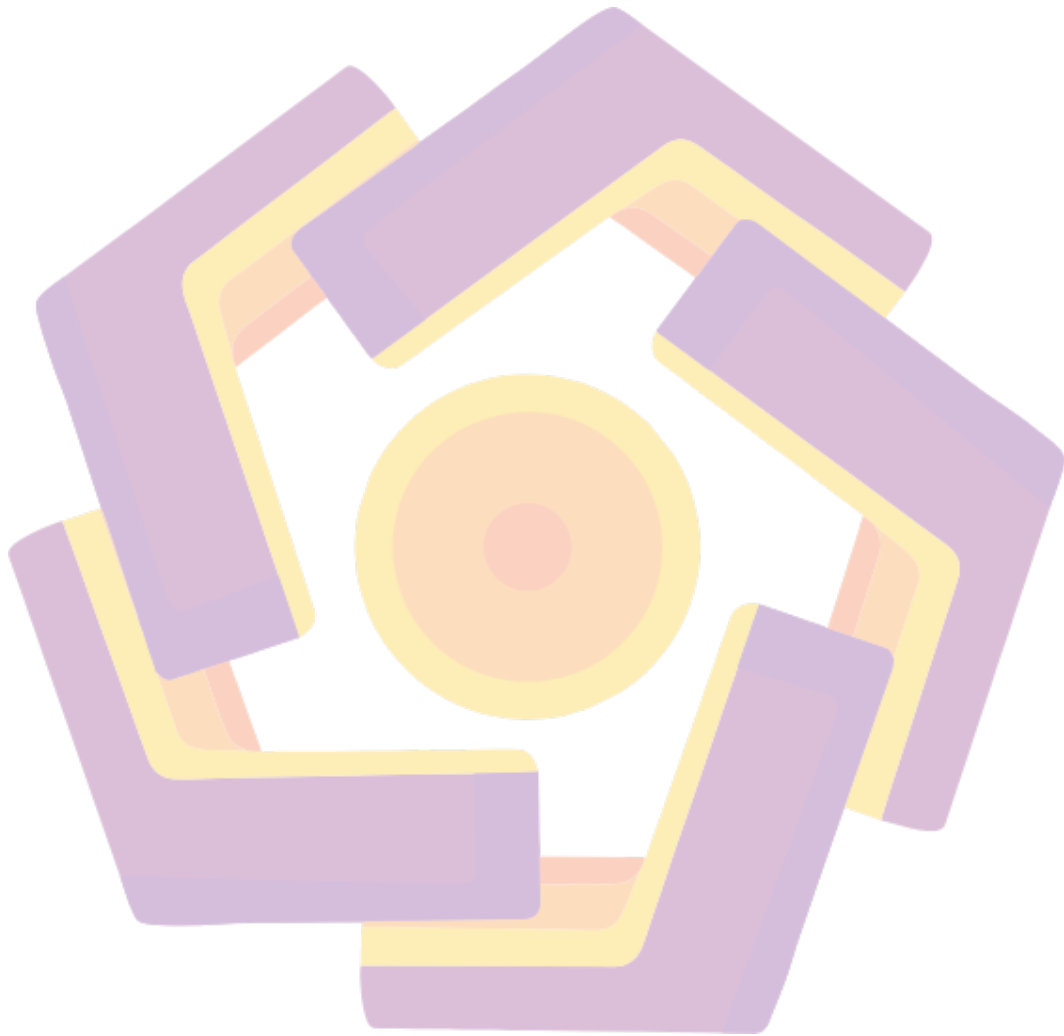


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Desain <i>Retro Vintage</i> dari Extrude Studio .....	2
Gambar 2. Grafik Performa dan Penjualan Extrude Studio .....	4
Gambar 3. Bauran Pemasaran / <i>Marketing Mix</i> .....	20
Gambar 4. Tampilan Laman Fiverr .....	27
Gambar 5. Tampilan Beranda Fiverr .....	28
Gambar 6. Kerangka Konsep Penelitian .....	30
Gambar 7. Profil Extrude Studio .....	34
Gambar 8. Produk Desain Extrude Studio .....	41
Gambar 9. Harga Desain Extrude Studio .....	42
Gambar 10. Promosi Extrude Studio .....	44
Gambar 11. <i>Rating</i> Extrude Studio .....	46
Gambar 12. <i>Review</i> Extrude Studio .....	47

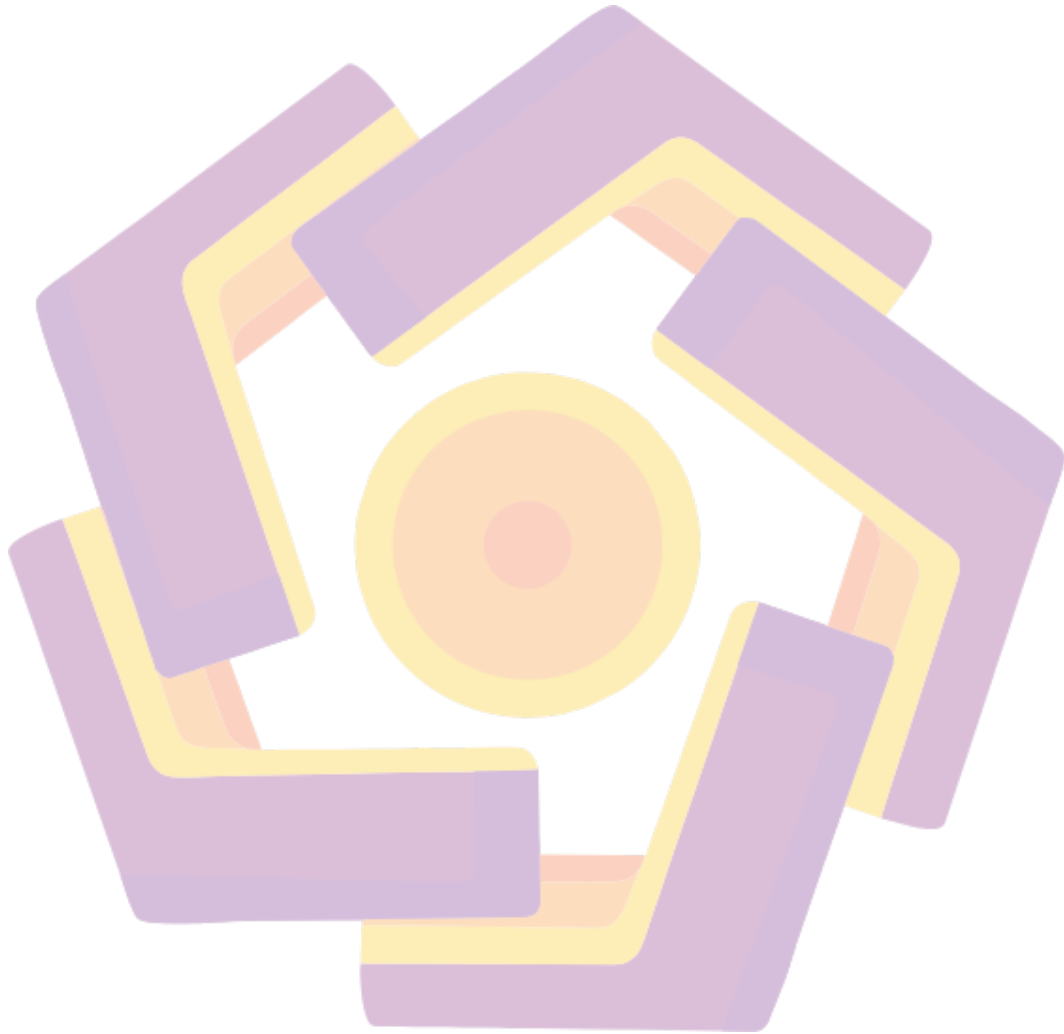
## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 2. Narasumber Penelitian .....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....	59
Lampiran 2. Hasil Wawancara .....	60



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan *modern* telah mengubah hidup manusia dalam berbagai sektor kehidupan, salah satunya dalam dunia kerja. Pekerjaan tersebut dapat dilakukan secara daring atau *online* dan biasa disebut sebagai *freelancer*. Extrude studio merupakan pekerja mandiri atau *freelance* yang bergerak pada bidang pembuatan dan penjualan desain grafis atau *web designer* di website Fiverr. Extrude studio juga menggunakan strategi komunikasi pemasaran untuk membantu menawarkan dan mempromosikan produk desain yang mereka miliki. Maka dari itu penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran terhadap minat beli Extrude Studio pada website Fiverr. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif kualitatif dengan Triangulasi data sebagai teknik analisisnya, sedangkan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah menggunakan strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran 7P yaitu *Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidence*. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Extrude Studio dalam meningkatkan minat beli menggunakan fitur *ads* dan *promote* pada website Fiverr. Selain itu Extrude studio untuk meningkatkan Minat beli dengan menjalin komunikasi dengan para klien untuk memastikan bahwa desain yang telah dibeli atau dikerjakan oleh Extrude ini sudah sesuai dengan harapan dan keinginan para klien, yang mana hal tersebut akan membuat hubungan jangka panjang dengan antara desainer dengan klien, sehingga dapat menciptakan minat beli dan ulasan yang baik pada *rating / review*.

**Kata kunci :** *Desain Grafis, Fiverr, Strategi Komunikasi Pemasaran.*

## **ABSTRACT**

*The increasingly rapid and modern development of technology has changed human life in various sectors of life, one of which is the world of work. This work can be done online and is usually referred to as freelancing. Extrude studio is an independent worker or freelancer who works in the field of creating and selling graphic designs or web designers on the Fiverr website. Extrude studio also uses marketing communication strategies to help offer and promote the design products they have. Therefore, research was carried out to find out how marketing communication strategies influence interest in buying Extrude Studio on the Fiverr website. This research is included in qualitative descriptive research with data triangulation as the analysis technique, while the data collection technique uses interviews. The result of this research is to use a marketing communication strategy using the 7P marketing communication strategy, namely Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidence. Marketing activities carried out by Extrude Studio to increase purchasing interest use the ads and promote features on the Fiverr website. Apart from that, Extrude Studio aims to increase purchasing interest by establishing communication with clients to ensure that the designs that have been purchased or worked on by Extrude are in accordance with the clients' hopes and desires, which will create a long-term relationship between the designer and the client. so that it can create buying interest and good reviews on ratings.*

**Keywords:** *Graphic Design, Fiverr, Marketing Communication Strategy.*