

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN
PADA CAKRAWALA PHOTOGRAPHY**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Muhammad Adilio Sukarno

19.96.1479

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN
PADA CAKRAWALA PHOTOGRAPHY


yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Adilio Sukarno
NIM. 19.96.1479

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

12 Februari 2024

Dosen Pembimbing,


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

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN
PADA CAKRAWALA PHOTOGRAPHY**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Adilio Sukarno
NIM. 19.96.1479

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

14 Mei 2024

Nama Penguji

Tanda Tangan

Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 190302477



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



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



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

14 Mei 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, 12 Februari 2024



Muhammad Adilio Sukarno

NIM. 19.96.1479

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia - Nya kepada kita semua sehingga kami 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. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. (Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A. (Pembimbing)
5. Sri Hartanta (Owner Cakrawala *Photography*)
6. Hayyu Wira Dharma (*Production Manager Cakrawala Photography*)

Yogyakarta, 12 Februari 2024



Muhammad Adilio Sukarno

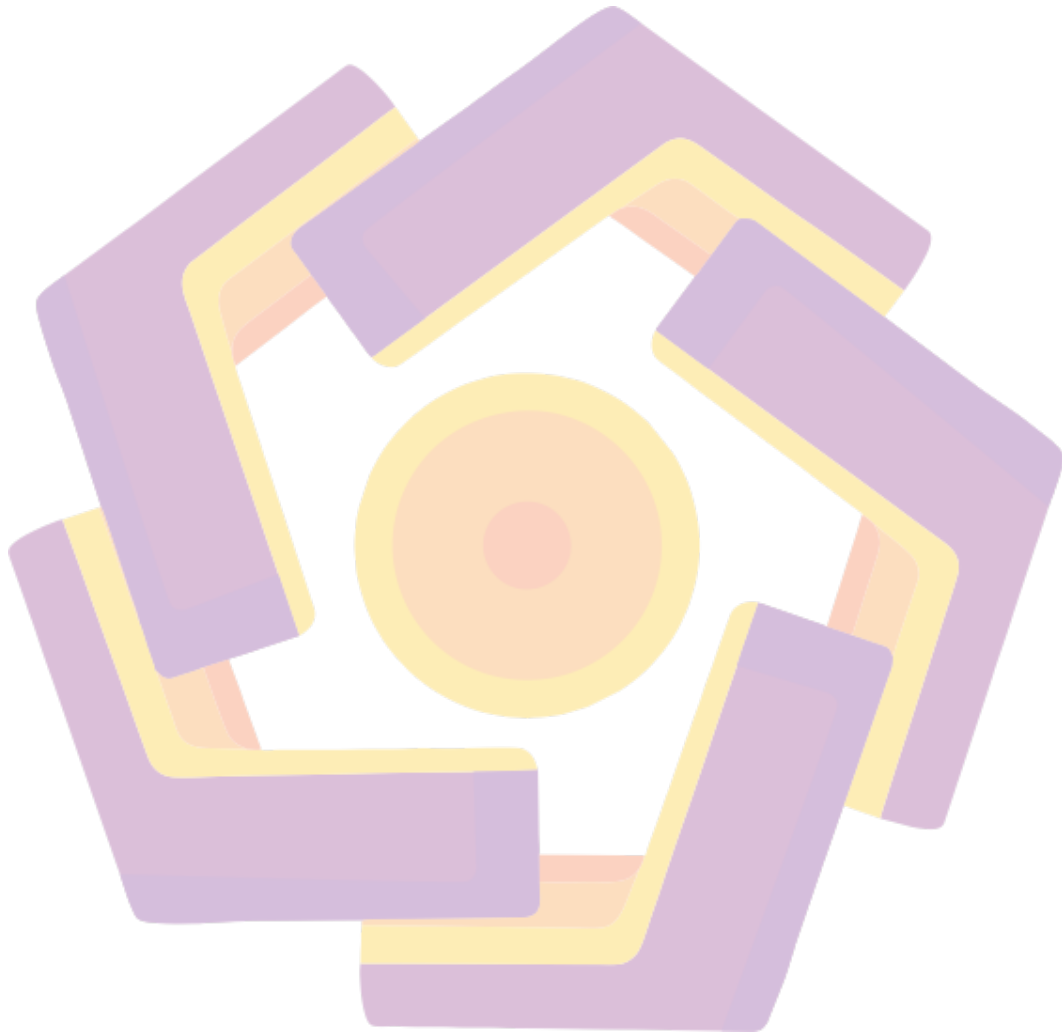
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
<i>Abstract</i>	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademik.....	6
1.4.2 Manfaat Praktik.....	6
1.5 Sistematika Bab.....	6
1.5.1 Bab I Pendahuluan.....	6
1.5.2 Bab II Tinjauan Pustaka.....	6
1.5.3 Bab III Metodologi Penelitian.....	7
1.5.4 Bab IV Temuan dan Pembahasan.....	7
1.5.5 Bab V Penutup.....	7
BAB II.....	8
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2 Landasan Teori atau Konsep.....	9
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	9
2.2.2 Macam – Macam Strategi Pemasaran.....	11

2.2.3	Langkah – Langkah Strategi Pemasaran.....	13
2.3	Kerangka Konsep.....	23
BAB III	24
3.1	Paradigma Penelitian.....	24
3.2	Pendekatan Penelitian	25
3.3	Metode Penelitian.....	25
3.4	Subjek & Objek Penelitian.....	25
3.4.1	Subjek	25
3.4.2	Objek.....	26
3.5	Teknik Pengambilan Data	26
3.6	Waktu Penelitian	27
3.7	Teknik Analisis Data.....	27
3.8	Teknik Keabsahan Penelitian.....	28
BAB IV	30
4.1	Profil Informan.....	30
4.2	Temuan Penelitian.....	31
4.3	Pembahasan.....	35
BAB V	40
5.1	Kesimpulan.....	40
5.2	Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
DAFTAR LAMPIRAN	46

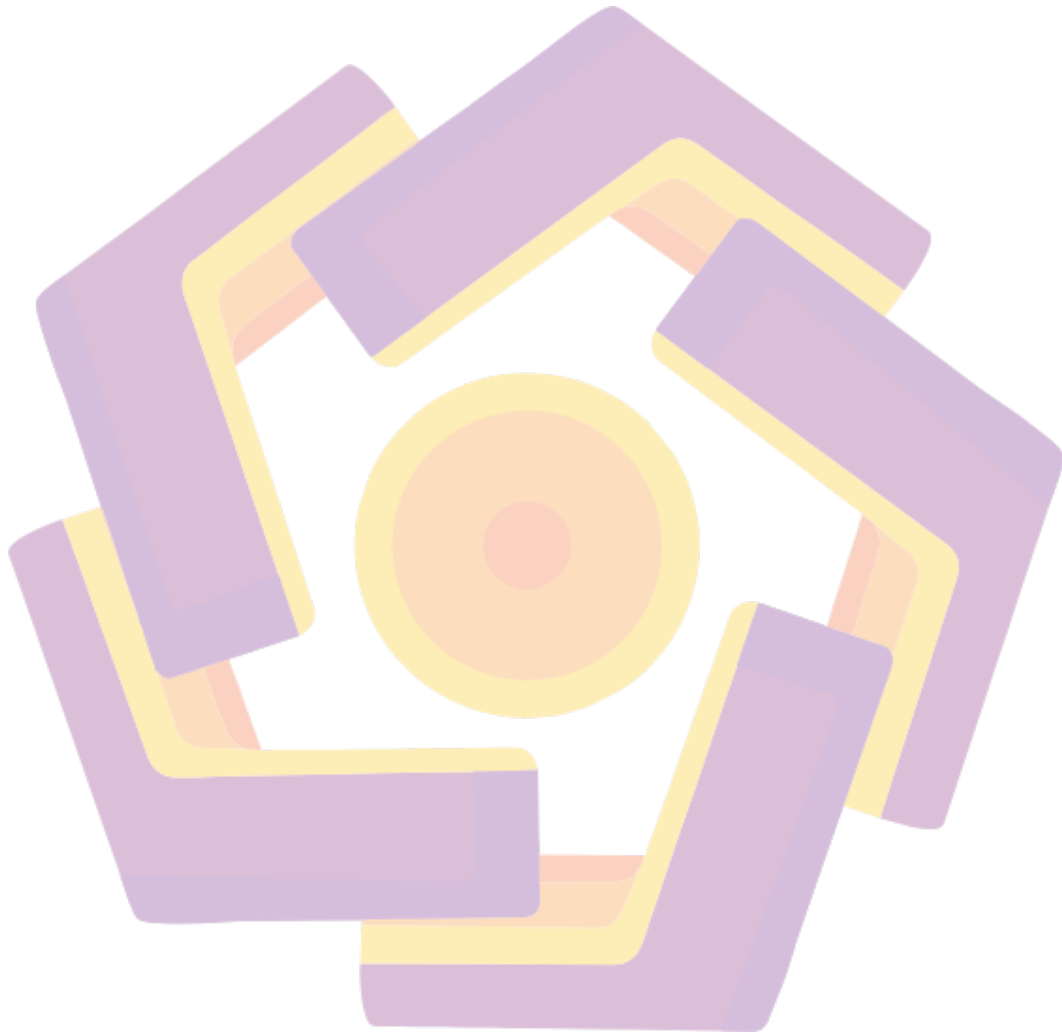
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	8
Tabel 2. 2 Langkah – Langkah Strategi Pemasaran.....	13



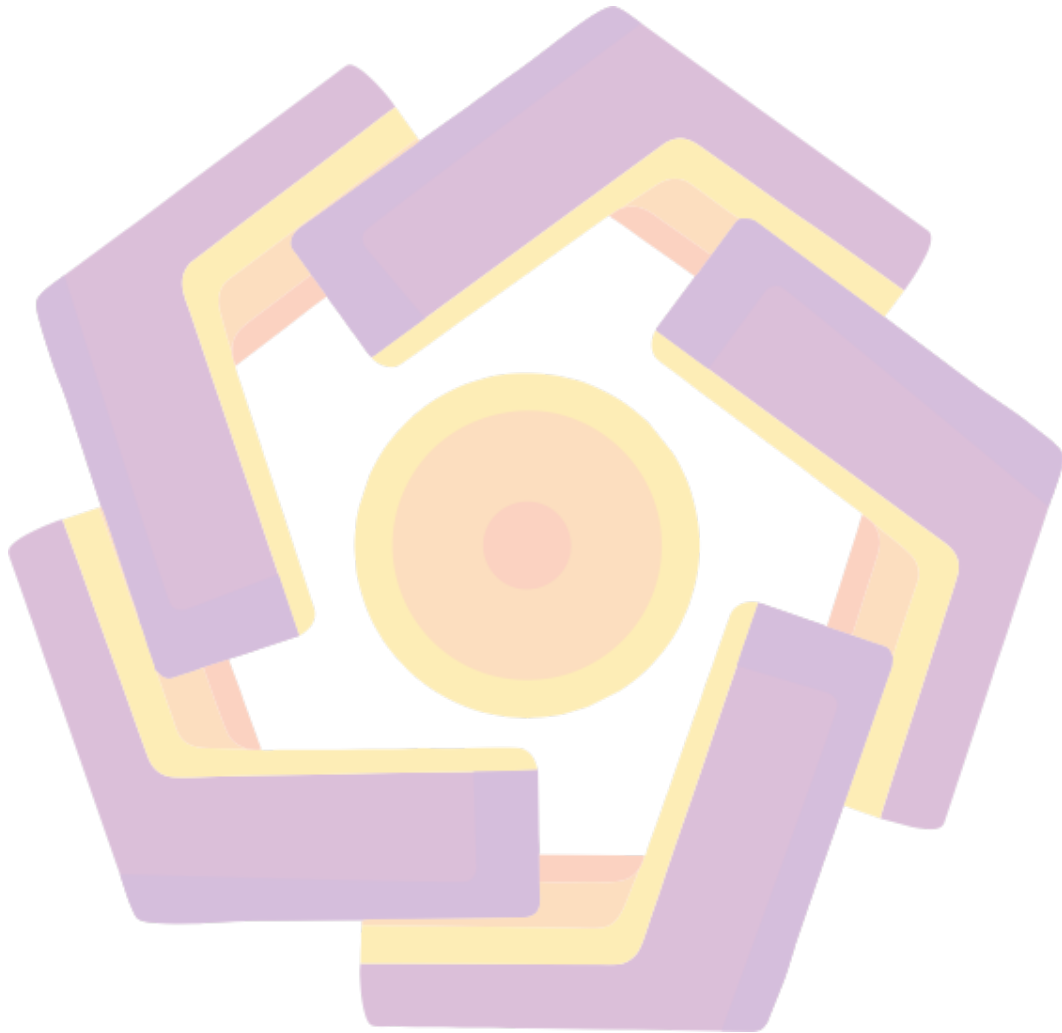
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Price List Cakrawala Photography..... 34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Foto	46
Lampiran 2. List Pertanyaan Wawancara	47
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	48



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam menarik minat pelanggan yang diterapkan oleh *Cakrawala Photography*. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif menggunakan metode *interview*. Wawancara ini digunakan untuk mendapat informasi mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh *Cakrawala Photography* untuk menarik minat pelanggan yang bertujuan untuk peningkatan omset bisnis. Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah dengan metode observasi, studi pustaka, wawancara (*interview*), dan dokumentasi. *Cakrawala Photography* merupakan sebuah usaha yang didirikan sebagai penyedia jasa dalam bidang dokumentasi yang fokus menangani kebutuhan *wedding photography*. Hasil dari penelitian ini bahwa strategi yang paling menarik untuk memikat minat pelanggan untuk menggunakan jasa *Cakrawala Photography* adalah melalui sosial media. Sosial media menjadi perantara pemilih bisnis untuk menyebarluaskan pasar terutama pada sosial media Instagram.

Kata kunci : *Cakrawala Photography*, Strategi, Pemasaran.

Abstract

This research aims to determine the marketing strategy to attract customer interest implemented by Cakrawala Photography. This research approach is descriptive qualitative using the personal interview method. This interview is used to obtain information about the marketing strategies implemented by Cakrawala Photography to attract customer interest with the aim of increasing business turnover. The data collection method used by the author is observation, literature study, interviews and documentation. Cakrawala Photography is a business that was founded as a service provider in the field of documentation that focuses on handling wedding photography needs. The results of this research show that the most interesting strategy to attract customer interest in using Cakrawala Photography services is through social media. Social media becomes an intermediary for business voters to spread the market, especially on social media Instagram.

Keywords : *Cakrawala Photography, Strategy, Marketing.*

