

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA FULL DRONE SOLUTIONS

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



Disusun Oleh:
Guntur Ardani Putra
(21.96.2438)

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

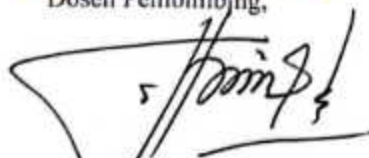
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS
SWOT PADA FULL DRONE SOLUTIONS**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Guntur Ardani Putra
NIM 21.96.2438

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada ...19 Maret 2025...

Dosen Pembimbing,



Erfina Nurussalamah, S.Kom.I., M.I.Kom.
NIK. 190302361

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS
SWOT PADA FULL DRONE SOLUTIONS

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Guntur Ardani Putra
NIM. 21.96.2438

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

26 Februari 2025

Nama Penguji

Rosyidah Jayanti Vijaya, S.E., M.Hum
NIK. 190302266

Rivga Agusta, S.IP., M.A.
NIK. 190302319

Erfina Nurussa'Adah, S.Kom.L., M.I.Kom
NIK. 190302361

Tanda Tangan

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

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, 20 Maret 2025


Guntur Ardani Putra
NIM. 21.96.2438

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya 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. Rivga Agusta, S.IP., M.A. (Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi)
4. Erfina Nurussa'Adah, S.Kom.I., M.I.Kom. (Pembimbing)
5. Nara Hanan dan Adam Firmansyah selaku perwakilan FDS
6. Orang tua beserta keluarga yang telah mendukung saya selama ini

Proses penyelesaian skripsi ini tidaklah saya lalui dengan mudah. Terdapat banyak sekali hambatan dan rintangan yang saya temui. Namun berkat ridho Allah dan doa dari orang-orang yang menyayangi saya, akhirnya tugas akhir ini selesai dikerjakan.

Yogyakarta, 20 Maret 2025

Penulis

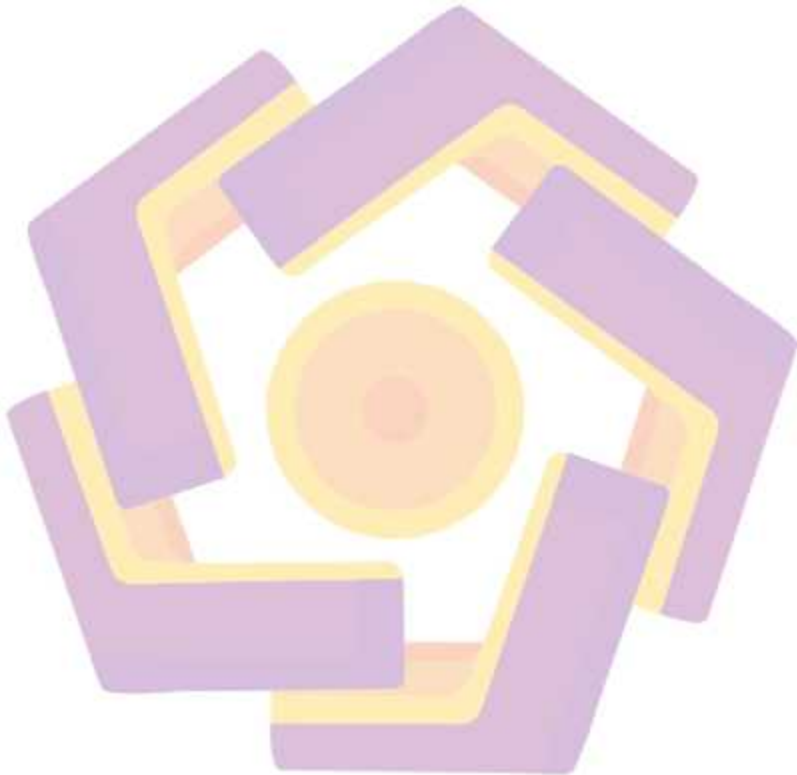
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Pembahasan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 Hasil Penelitian Aristama <i>et al</i> (2023)	8
2.1.2 Hasil Penelitian Putri & Ali (2021).....	9
2.1.3 Hasil Penelitian Hendi Saepudin & Muljadi (2022)	10
2.2 Tinjauan Konseptual	12
2.2.1 Full Drone Solutions	12
2.3 Landasan Teori.....	12
2.3.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.3.2 Analisis SWOT	18
2.4 Kerangka Berpikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24

3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Paradigma Penelitian.....	24
3.3 Objek dan Subjek Penelitian.....	25
3.3.1 Objek Penelitian.....	25
3.3.2 Subjek Penelitian.....	25
3.4 Sumber Data.....	25
3.4.1 Sumber Data Primer.....	25
3.4.2 Sumber Data Sekunder.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5.1 Wawancara.....	26
3.5.2 Observasi.....	28
3.5.3 Dokumentasi.....	28
3.5.4 Studi Literasi.....	28
3.6 Analisis Data.....	29
3.6.1 Reduksi Data.....	29
3.6.2 Penyajian Data.....	30
3.6.3 Penarikan Kesimpulan.....	30
3.7 Keabsahan Data.....	30
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Profil Perusahaan.....	32
4.2 Temuan Penelitian.....	34
4.2.1 Analisis SWOT.....	34
4.2.2 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran.....	41
4.3 Pembahasan.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN-LAMPIRAN	63

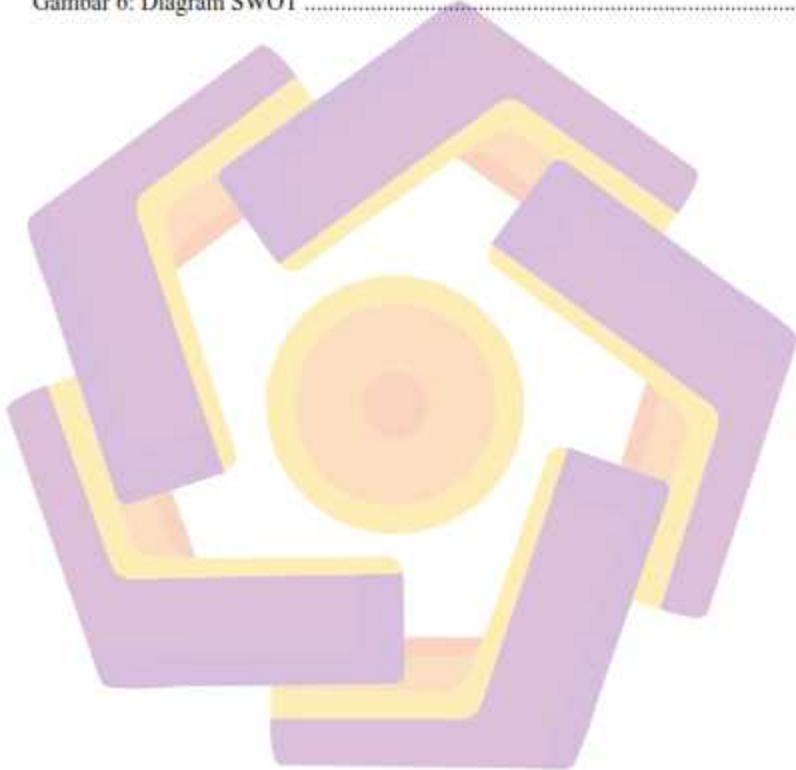
DAFTAR TABEL

Tabel 1: Hasil Analisis SWOT Full Drone Solutions	48
Tabel 2: Internal Factor Analysis Summery	49
Tabel 3: External Factor Analysis Summery	50
Tabel 4: Matrix SWOT	52



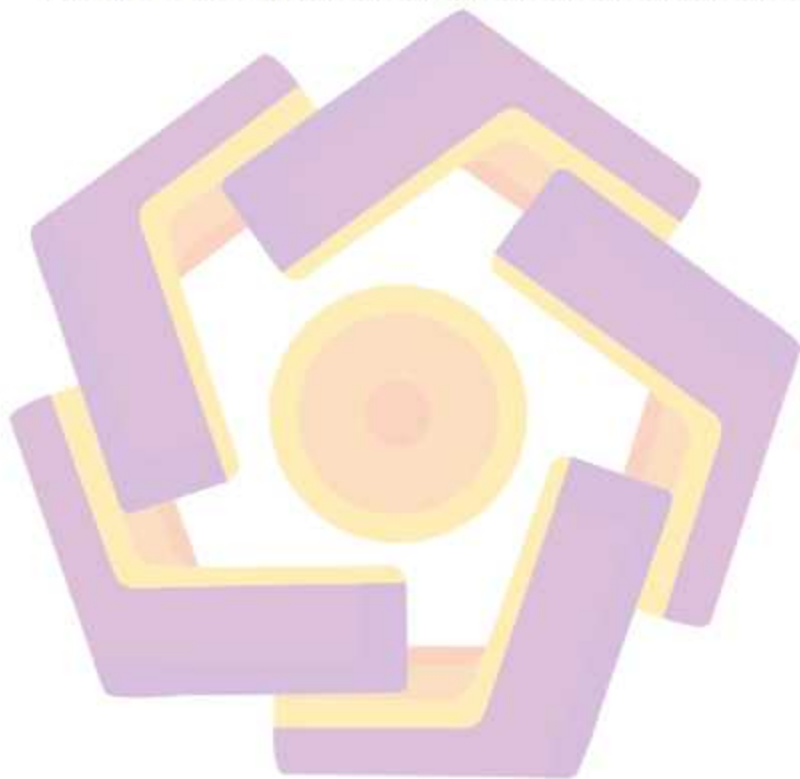
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Data penjualan FDS 2020-2024	2
Gambar 2: Kerangka berpikir.....	23
Gambar 3: Logo Full Drone Solutions	32
Gambar 4: Workshop atau Kantor Full Drone Solution	37
Gambar 5: Situs Web FDS.....	42
Gambar 6: Diagram SWOT	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Term of Reference Wawancara.....	64
Lampiran II Transkrip wawancara Nara Hanan.....	66
Lampiran III Transkrip wawancara Adam Firmansyah.....	77
Lampiran IV Dokumentasi wawancara.....	81
Lampiran V Hasil Turnitin.....	82



INTISARI

Industri manufaktur drone pertanian merupakan salah satu manufaktur yang tergolong langka ditemui di Indonesia. Faktor penghambat perkembangan manufaktur ini adalah minimnya pemahaman petani tentang penggunaan drone untuk keperluan pertanian dan harga drone pertanian yang relatif mahal. Full Drone Solutions, sebagai salah satu perusahaan manufaktur drone pertanian menunjukkan data penjualan yang mengalami peningkatan yang konsisten dari tahun 2020 hingga tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Full Drone Solution melalui pendekatan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan *Chief Operation Officer* (COO) dan kepala divisi *marketing* dari Full Drone Solutions guna memperoleh wawasan yang mendalam terkait strategi yang diterapkan perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, Full Drone Solutions memiliki kekuatan dan peluang yang lebih dominan dibandingkan kekurangan dan ancaman yang dihadapi, sehingga perusahaan berada pada kuadran I dalam diagram SWOT.

Kata Kunci: Drone Pertanian, Analisis SWOT, Strategi Komunikasi Pemasaran, *Integrated Marketing Communications*, Full Drone Solutions

ABSTRACT

The agricultural drone manufacturing industry is one of the industries that is relatively rare in Indonesia. The inhibiting factors in the development of this industry include the limited understanding of farmers regarding the use of drones for agricultural purposes and the relatively high price of agricultural drones. Full Drone Solutions, as one of the agricultural drone manufacturing companies, has shown a consistent increase in sales from 2020 to 2024. This study aims to analyze the marketing communication strategy implemented by Full Drone Solutions using the SWOT analysis approach. The research method used is a descriptive qualitative method with data collection techniques in the form of interviews and observations. Interviews were conducted with the Chief Operation Officer (COO) and the head of the marketing division of Full Drone Solutions to gain in-depth insights into the company's implemented strategies. The results of this study indicate that Full Drone Solutions has more dominant Strength and opportunities compared to weaknesses and threats, placing the company in quadrant I of the SWOT diagram.

Keywords: *Agricultural Drones, SWOT Analysis, Marketing Communication Strategy, Integrated Marketing Communications, Full Drone Solutions*