



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**KREATIVITAS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
FOTOGRAFER *FREELANCE* DALAM MENARIK  
MINAT BELI KONSUMEN PESEPEDA  
(Studi Kasus Di Kawasan Senayan, Jakarta)**

**THESIS**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Oleh:  
Fita Indah Maulani  
55220120050

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2024**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Fita Indah Maulani  
NIM : 55220120050  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran  
Judul Karya Akhir/Tesis : KREATIVITAS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
FOTOGRAFER FREELANCE DALAM MENARIK MINAT  
BELI KONSUMEN PESEPEDA (Studi Kasus Di Kawasan  
Senayan, Jakarta)

Jakarta, 22 Februari 2024

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
  
(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan. S.Sos., M.T)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : KREATIVITAS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
FOTOGRAFER FREELANCE DALAM MENARIK  
MINAT BELI KONSUMEN PESEPEDA (Studi Kasus Di  
Kawasan Senayan, Jakarta)

Nama : Fita Indah Maulani

NIM : 55220120050

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

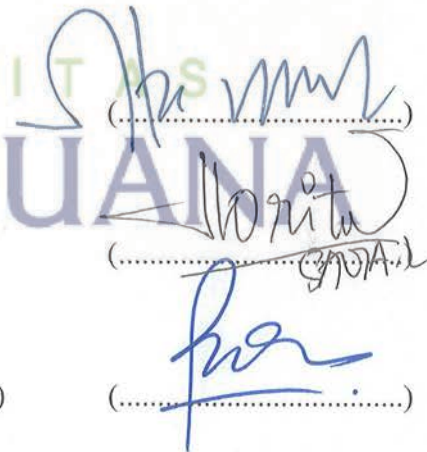
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 26 Februari 2024

Jakarta, 22 Februari 2024  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budiarto, M.Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si)
3. Pembimbing :  
(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T)



(.....)

(.....)

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : KREATIVITAS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
FOTOGRAFER FREELANCE DALAM MENARIK  
MINAT BELI KONSUMEN PESEPEDA (Studi Kasus Di  
Kawasan Senayan, Jakarta)

Nama : Fita Indah Maulani

NIM : 55220120050




Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 26 Februari 2024

Jakarta, 22 Februari 2024  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M.Si)  (.....)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si)  (.....)
3. Pembimbing :  
(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan. S.Sos., M.T)  (.....)

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Fita Indah Maulani  
NIM : 55220120050  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran  
Judul Karya Akhir/Tesis : KREATIVITAS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
FOTOGRAFER FREELANCE DALAM MENARIK MINAT  
BELI KONSUMEN PESEPEDA (Studi Kasus Di Kawasan  
Senayan, Jakarta)

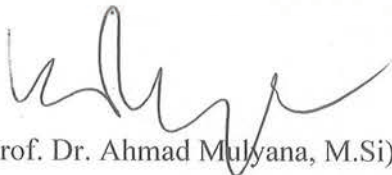
Jakarta, 22 Februari 2024

Dosen Pembimbing



(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan. S.Sos., M.T)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)



## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Fita Indah Maulani  
NIM : 55220120050  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Kreativitas Bauran Komunikasi Pemasaran Fotografer Freelance Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pesepeda (Studi Kasus Di Kawasan Senayan, Jakarta)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 21 Februari 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 20%.

Jakarta, 21 Februari 2024  
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

  
**Sukadi, SE., MM**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : KREATIVITAS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN FOTOGRAFER FREELANCE DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PESEPEDA (Studi Kasus Di Kawasan Senayan, Jakarta)  
Nama : Fita Indah Maulani  
N I M : 55220120050  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 26 Februari 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 26 Februari 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



(Fita Indah Maulani)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas rahmat Allah SWT dalam menyelesaikan Tesis mengenai “KREATIVITAS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN FOTOGRAFER FREELANCE DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PESEPEDA (Studi Kasus Di Kawasan Senayan, Jakarta).” Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan menyelesaikan studi pada Magister Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi, terima kasih atas dukungannya.
2. Ibu Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan. S.Sos., M.T selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, masukan serta dorongan semangatnya yang sangat membantu peneliti menyelesaikan tesis ini.
3. Ibu Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si selaku dosen penelaah seminar proposal dan seminar hasil, Terima kasih atas dukungan dan masukan Ibu dalam penelitian ini.
4. Keluarga dan rekan kerja yang terus memberikan doa dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.
5. Rekan-rekan fotografer *freelance* di Kawasan Senayan yang telah berkenan membantu dan menjadi narasumber penelitian ini. Rekan-rekan kampus Warung Buncit saling menyemangati untuk menyelesaikan pendidikan ini.

Peneliti menyadari tesis ini belum sempurna, karenanya kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Terima kasih.

Jakarta, 26 Februari 2023  
Fita Indah Maulani



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS</b> .....	i
<b>KARTU TANDA LULUS SIDANG TESIS</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i></b> .....	v
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Fokus Penelitian</b> .....	6
<b>1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktik.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	9
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	48
2.2.1. Teori Computer Mediated Communication .....	48
2.2.2. Teori Dialektika Rasional .....	50
2.2.3. Model AISAS.....	52
<b>2.3 Landasan Konseptual</b> .....	54
2.3.1 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	54
2.3.2 Kreativitas .....	57
2.3.3 Fotografer.....	58
2.3.4 Minat Beli .....	59
<b>2.4 Kerangka Pemikiran</b> .....	60
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	61
<b>3.1 Objek Penelitian</b> .....	61
<b>3.2 Subjek Penelitian</b> .....	61
<b>3.3 Paradigma Penelitian</b> .....	64
<b>3.4 Jenis Penelitian</b> .....	65

<b>3.5</b>	<b>Metode Penelitian.....</b>	<b>66</b>
<b>3.6</b>	<b>Data Penelitian .....</b>	<b>67</b>
3.6.1	Data Primer .....	67
3.6.2	Data Sekunder.....	67
<b>3.7</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>67</b>
3.7.1	Data Primer .....	67
3.7.2	Data Sekunder.....	68
<b>3.8</b>	<b>Teknik Analisis Data.....</b>	<b>68</b>
<b>3.9</b>	<b>Teknik Keabsahan Data .....</b>	<b>70</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>71</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>71</b>
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	71
4.1.2	Gambaran Umum Fotografer di Kawasan Senayan.....	73
<b>4.2</b>	<b>Gambaran Umum Informan Penelitian.....</b>	<b>74</b>
<b>4.3</b>	<b>Hasil Penelitian.....</b>	<b>77</b>
4.3.1	Ide, Bentuk, Alasan, dan Tujuan Kreativitas Bauran Komunikasi Pemasaran Fotografer Lepas Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pesepeda di Kawasan Senayan Jakarta Tahun 2020 – 2023 .....	77
4.3.2	Hambatan Kreativitas Bauran Komunikasi Pemasaran Fotografer <i>freelance</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pesepeda di Kawasan Senayan Jakarta Tahun 2020 - 2023 .....	91
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>98</b>
4.4.1	Ide, Bentuk, Alasan, dan Tujuan Kreativitas Bauran Komunikasi Pemasaran Fotografer Lepas Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pesepeda di Kawasan Senayan Jakarta Tahun 2020 – 2023 .....	98
4.4.2	Hambatan Kreativitas Bauran Komunikasi Pemasaran Fotografer <i>freelance</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pesepeda di Kawasan Senayan Jakarta Tahun 2020 – 2023.....	121
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>127</b>
<b>5.1.</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>127</b>
<b>5.2.</b>	<b>Saran .....</b>	<b>128</b>
5.2.1.	Saran Akademis .....	128
5.2.2.	Manfaat Praktik.....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>130</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>135</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fotografer <i>freelance</i> dan Spesialisasinya .....	62
Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis Terdahulu .....	63
Tabel 3.1 Fotografer <i>freelance</i> Admin dan Pendiri @senayanloop.....	63
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	75
Tabel 4.2 Ide, Bentuk, Alasan, dan Tujuan Kreativitas Bauran Komunikasi Pemasaran Informan Fotografer <i>freelance</i> dalam menarik minat beli Konsumen pesepeda di Kawasan Senayan Jakarta Tahun 2020 - 2023.....	86
Tabel 4.3 Hambatan Kreativitas Bauran Komunikasi Pemasaran Informan Fotografer Lepas dalam menarik minat beli konsumen pesepeda di Kawasan Senayan Jakarta Tahun 2020 - 2023.....	98
Tabel 4.4 Spesialisasi Awal Bidang Fotografi Informan Penelitian.....	106
Tabel 4.5 Daftar Harga Fotografer <i>freelance</i> di Kawasan Senayan .....	115
Tabel 4.6 Kreativitas Bauran Komunikasi Pemasaran Fotografer <i>freelance</i> .....	116
Tabel 4.7 Hambatan Kreativitas Bauran Komunikasi Pemasaran Fotografer <i>Freelance</i> .	125

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @senayanloop .....	4
Gambar 1.2 Para Fotografer <i>freelance</i> di Kawasan Senayan Buka Puasa .....	5
Gambar 2.1 <i>Typical Dialectical Tensions Experienced by Relational Partners</i> .....	52
Gambar 2.2 Konsep Struktur AISAS .....	53
Gambar 3.1 Analisis Data Model Interaktif .....	69
Gambar 4.1 Lokasi Pengambilan Foto di Kawasan Senayan .....	72
Gambar 4.2 Tahapan Pekerjaan Fotografer <i>freelance</i> di Kawasan Senayan .....	74
Gambar 4.3 Foto pesepeda karya fotografer <i>freelance</i> Adi Sabardiman .....	107
Gambar 4.4 Foto pesepeda karya fotografer <i>freelance</i> Muhammad Irfan Fauzan .....	108
Gambar 4.5 Foto pesepeda karya fotografer <i>freelance</i> Fathur Rahman .....	109
Gambar 4.6 Foto pesepeda karya fotografer <i>freelance</i> Ganesha Khristian .....	110
Gambar 4.7 Foto pesepeda karya fotografer <i>freelance</i> Michael Metekohy .....	111
Gambar 4.8 Foto pesepeda karya fotografer <i>freelance</i> Daidratama Nugroho dan Andru Yuwono Adi Nugroho .....	112
Gambar 4.9 Foto pesepeda karya fotografer <i>freelance</i> Narendra Kameshwara .....	113
Gambar 4.10 Tampilan Linktree dan Heylink Fotografer <i>freelance</i> .....	115
Gambar 4.11 Tampilan Unik Fotografer <i>freelance</i> Fathur dan Andru .....	119
Gambar 4.12 Ikonik Watermark NRN .....	121