ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(STUDI KASUS EVENT MINGGUAN FITAMIN *LAB STUDIOS* DI ERA PANDEMI COVID-19 PERIODE 2021)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh:

Wahyu Abimanyu

44318010062

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

https://lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Wahyu Abimanyu
NIM	:	44318010062
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	:	Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Event Mingguan Fitamin Lab Studios di Era Pandemi Covid-19)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Februari 2024

Wahyu Abimanyu

https://lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Wahyu Abimanyu
NIM	: 44318010062
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Event Mingguan Fitamin Lab Studios di Era Pandemi Covid-19)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si	( )
NIDN	: 0312046707	
Ketua Penguji	: Dr. Enjang Pera Irawan, M.Ikom	( )
NIDN	: 0322028702	
Penguji Ahli	: Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom	( )
NIDN	: 0330019002	

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Februari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)	(Dr. Farid Hamid, M.Si)

https://lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanallahu Wa Ta'Ala karena atas Rahmat-Nya sayadapat menyelesaikan Proposal Penelitan ini dengan baik dan tepat waktu. Proposal Penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Metode PenelitianKualitatif. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini, yang telah memberikan waktu, ilmu dan tenaganya dalam membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Ahmad Muyana, Dr. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Ibu Dr. Irmulan Sati, M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Farid Hamid Umarella, Dr. M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen bidang studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan dan ilmunya kepada peneliti.
5. Bapak Tulam Muji dan Ibu Adwi selaku orang tua dari peneliti yang selalu memberikan doa, motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Handy selaku Founder Fitamin Lab Studios yang telah bersedia menjadi subjek penelitian untuk skripsi ini.
7. Arditio Santoso Utomo dan Muhammad Hadi Amirullah sebagai pelanggan dari Fitamin Lab Studios yang telah bersedia untuk membantu penelitian ini sebagai informan.
8. Bagus Putra Purnama selaku teman dari peneliti, terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian selama masa perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
9. Serta semua pihak lainnya yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu oleh peneliti namun tidak sedikitpun mengurangi rasa hormat dan terima kasih

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Oktober 2022

Wahyu Abimanyu

Penulis

https://lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Wahyu Abimanyu
NIM	: 44318010062
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Event Mingguan Fitamin Lab Studios di Era Pandemi Covid-19)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (***Non-exclusive Royalty-Free Right***) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 29 Februari 2024

Yang menyatakan,

(Wahyu Abimanyu)

https://lib.mercubuana.ac.id

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Wahyu Abimanyu

Strategi Komunikasi Pemasaran *Fitamin Lab Studios*: Sebuah Studi Penelitian Deskriptif Kualitatif
Jumlah Halaman : 109 halaman
Bibliograf : 38 Acuan, Tahun 2012 – 2020

ABSTRAK

Maraknya dunia usaha sepeda pada *pandemic covid-19* pada tahun 2020 semakin bervariatif dan berinovasi di bidangnya. Jakarta menjadi titik strategis para *Cyclist Pandemic* untuk bersepeda dan mulai bermunculan toko-toko sepeda yang memanfaatkan moment *Cyclist Pandemic* ini salah satunya, *Fitamin Lab Studios.* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Fitamin Lab Studios.* Penelitian ini bersifat kualitatif dan paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstrukvisme. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis deskripstif yang memiliki tujuan untuk menggambarkan suatu kondisi atau situasi yang timbul di masyarakat kemudian menarik kesimpulan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi tertentu. Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan *Fitamin Lab Studios* sudah dijalankan dan diterapkan dengan baik sesuai dengan konsep-konsep strategi komunikasi pemasaran dan media sosial Instagram sangat berpengaruh dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran.

Kata kunci: *Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran, New Media Instagram*

https://lib.mercubuana.ac.id

Mercu Buana University
Faculty of Communication Field of Study Advertising and Marketing Communication
Wahyu Abimanyu
44318010062

Marketing Communication Strategy of ”Fitamin Lab Studios" : A Qualitative Descriptive Research Study
Number of Pages : 109 pages
Bibliography : 38 Refrences, Years 2012 – 2020

ABSTRACT

The rise of the bicycle business world during the Covid-19 pandemic in 2020 is increasingly varied and innovating in its field. Jakarta has become a strategic point for Cyclist Pandemics for cycling and bicycle shops have begun to appear that take advantage of this Cyclist Pandemic moment, one of which is Fitamine Lab Studios. This study aims to determine the marketing communication strategy carried out by Fitamine Lab Studios. This research is qualitative in nature and the paradigm used in this study is the constructivism paradigm. Data processing is carried out using descriptive analysis which has the aim of describing a condition or situation that arises in society and then drawing conclusions as a feature or description of certain conditions. The results of the study show that the communication strategy implemented by Fitamine Lab Studios has been implemented and implemented properly according to the concepts of marketing communication strategy and Instagram social media which are very influential in carrying out marketing communication strategies.

Keywords: *Communication Strategy, Marketing Communication, Marketing Communication Strategy, New Media Instagram*

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERYATAAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
KATA PENGANTAR iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI v
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xi
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.4.1 Manfaat Akademis 7
1.4.2 Manfaat Praktis 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu 9
2.2.Kajian Teoritis 16
2.2.2 Strategi Pemasaran 18
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran 19
2.3.1 Analisis SWOT 20
2.3.2 Segmenting, Targeting, dan Positioning 22
2.4.Komunikasi Pemasaran 23
2.5.Bauran Promosi (Promotion Mix) 24
2.5.1 Advertising (Periklanan) 25
2.5.2 Sales Promotion (Promosi Penjualan) 25
2.5.3 Public Relation and Publicity (Hubungan Masyarakat danPublisitas) 26
2.5.4 Direct Marketing (Pemasaran Langsung) 27
2.5.5 Personal Selling (Penjualan Pribadi) 27

https://lib.mercubuana.ac.id

2.6 New Media 27
2.6.1 Instagram 28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 30
3.1 Paradigma Penelitian 30
3.2 Metode Penelitian 30
3.3 Subjek Penelitian 31
3.4 Teknik Pengumpulan Data 32
3.4.1 Data Primer 32
3.4.2 Data Sekunder 33
3.5 Teknik Analisis Data 33
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 34
BAB IV 36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 36
4.1.1 Fitamin Lab Studios 36
4.1.2 Profil Perusahaan 36
4.1.3 Tujuan 37
4.1.4 Struktur Organisasi 37
4.2 Hasil Penelitian 37
4.2.1 Segmenting, Targeting dan Positioning 39
4.2.2 Analisis SWOT 41
4.2.3 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix)* 46
4.2.4 Bauran Promosi (Promotion Mix) 53
4.2.5 New Media 62
4.2.6.1 Instagram 63
4.3 Pembahasan 66
BAB V 77
5.1 Kesimpulan 77
5.2 Saran 78
5.2.1 Saran Akademis 79
5.2.2 Saran Praktis 79
Daftar Pustaka 81
Lampiran 84

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Produk-produk dari Fitamin Lab Studios……53

Gambar 4.2 Tempat dari *Fitamin Lab Studios*…….....55

Gambar 4.3 Promosi dari *Fitamin Lab Studios*……..60

Gambar 4.4 *Event* dari *Fitamin Lab Studios*……...……..61

Gambar 4.5 Gowes kolaborasi dan Kerjasama dengan *brand*……...63

Gambar 4.6 Akun Instagram dari *Fitamin Lab Studios*……..68

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penjualan Fitamin Lab Studios……...8

Tabel 1.2 Tabel Perbandingan Jumlah Followers…….9

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....12

Tabel 4.1 Segmentasi dari *Fitamin Lab Studios*……...44

Tabel 4.2 Analisis SWOT dari *Fitamin Lab Studios*……...49

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id