

## **SKRIPSI**

### **Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Jasa Pengelola Media Sosial (Studi Deskripsi Kualitatif Aktivitas Promosi Wakaka Design Factory)**

Diajukan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi  
“Almamater Wartawan Surabaya” untuk memenuhi Salah Satu  
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Ilmu Komunikasi



**DISUSUN OLEH:**  
**HENDRIKUS GUNTUR WIYONO PADJON TUKAN**  
**16010028**  
**KONSENTRASI : BROADCASTING**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI**  
**ALMAMATER WARTAWAN SURABAYA**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERUSAHAAN JASA  
PENGELOLA MEDIA SOSIAL  
(STUDI DESKRIPSI KUALITATIF AKTIVITAS PROMOSI WAKAKA  
DESIGN FACTORY)**

**Oleh**

**HENDRIKUS GUNTUR WIYONO PADJON TUKAN  
16010067**

Telah diujikan di depan Dewan Pengaji Skripsi pada tanggal 14 Februari 2022

**Susunan Dewan Pengaji Skripsi**



**Dr. Meithiana Indrasari, S.T., M.M**

Ketua Pengaji



**Ratna Puspita Sari, M.Med. Kom.**

Anggota



**Suprihatin, S.Pd., M. Med. Kom.**

Anggota

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Tanggal 3 Maret 2022**

**Kepala Program Studi**



**Drs. Moch Djauhari, M.Si.**

**Ketua Stikosa – AWS**



**Dr. Meithiana Indrasari, S.T., M.M**



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi – Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

**Nama : HENDRIKUS GUNTUR WIYONO PADJON  
TUKAN**  
**NIM : 16.01.0028**  
**Program Studi : BROADCASTING**

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul **Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Jasa Pengelola Media Sosial (Studi Deskripsi Kualitatif Aktivitas Promosi Wakaka Design Factory)** adalah

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil perkuliahan, observasi lapangan, buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka.
2. Bukan merupakan duplikasi karya ilmiah yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian yang sumber informasinya dicantumkan dengan cara penulisan refrensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka pada Skripsi saya.

Jika dikemudian hari terbukti saya tidak memenuhi seperti yang telah dinyatakan di atas, maka Skripsi ini dapat dibatalkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Surabaya, 23 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



(Hendrikus Guntur Wiyono Padjon Tukan)



## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

### Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Jasa Pengelola Media Sosial (Studi Deskripsi Kualitatif Aktivitas Promosi Wakaka Design Factory)

Oleh:

**Nama : HENDRIKUS GUNTUR WIYONO PADJON  
TUKAN**  
**NIM : 16.01.0067**  
**Peminatan : BROADCASTING**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS)

Surabaya, 3 Maret 2022

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Suprihatin, S.Pd., M. Med. Kom.

Pembimbing Pendamping



Dr. Dwi Prasetyo, S. Sos., M. PSDM.

Kepala Program Studi



Drs. Moch Djauhari, M.Si.



## PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Pada telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS), atas mahasiswa sebagai berikut:

**Nama : HENDRIKUS GUNTUR WIYONO PADJON  
TUKAN**  
**NIM : 16.01.0028**  
**Peminatan : BROADCASTING**

dengan Skripsi berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERUSAHAAN JASA PENGELOLA MEDIA SOSIAL (STUDI DESKRIPSI KUALITATIF AKTIVITAS PROMOSI WAKAKA DESIGN FACTORY)**  
oleh Dewan Penguji Skripsi yang terdiri dari:

<b>Nama</b>	<b>Status</b>	<b>Tanda Tangan</b>
Dr. Meithiana Indrasari, S.T., M.M.	, sebagai Ketua	
Ratna Puspita Sari,M.Med.Kom.	, sebagai Anggota	
Suprihatin,S.Pd.,M.Med.Kom.	, sebagai Anggota	

## **ABSTRAK**

Strategi pemasaran secara online melalui jejaring sosial sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting bagi produsen barang dan jasa maupun bagi para pelanggan. Komunikasi pemasaran dapat memungkinkan bisnis kecil untuk mengembangkan jalan untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pelanggan. Wakaka Design Factory merupakan salah satu start-up di Indonesia yang bergerak langsung di bidang pengelolaan sosial media. Penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Jasa Pengelola Media Sosial” yang terdapat di Wakaka Design Factory bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Wakaka Design Factory dalam menarik minat jasa desain media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teori komunikasi pemasaran yang dikemukakan Kotler bahwa suatu proses dimana individu atau kelompok mendapatkan kebutuhan atau keinginan dalam menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu barang atau jasa yang bernilai bagi satu sama lain. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah dalam pengerjaannya strategi pemasaran yang terdapat di Wakaka Design Factory yaitu dilakukan secara digital melalui media sosial. Disamping itu juga Wakaka Design Factory juga memiliki fleksibilitas serta harga yang mudah dijangkau untuk para pelaku usaha.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Wakaka Design Factory

## **ABSTRACT**

*Online marketing strategies through social networks have developed into a very important communication system for producers of goods and services as well as for customers. Marketing communications can enable small businesses to develop avenues for reaching and interacting with customers. Wakaka Design Factory is one of the start-ups in Indonesia that is directly engaged in the management of social media. The research entitled "Marketing Communication Strategy for Social Media Management Service Companies" at Wakaka Design Factory aims to determine the implementation of marketing communication strategies carried out by Wakaka Design Factory in attracting social media design services. The research method used is descriptive qualitative, using the theory of marketing communication put forward by Kotler that a process whereby individuals or groups obtain needs or desires in creating, offering and exchanging goods or services of value to one another. The results obtained from this research are that the marketing strategies contained in Wakaka Design Factory are carried out digitally from social media. Besides that, Wakaka Design Factory also has flexibility and affordable prices for business people.*

*Keywords:* *Marketing Communication Strategy, Social Media, Wakaka Design Factory*

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Laporan Magang dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Jasa Pengelola Media Sosial (Studi Deskripsi Kualitatif Aktivitas Promosi Wakaka Design Factory)” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian tugas mata kuliah Magang Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi - Almamater Wartawan Surabaya.

Penulis menyadari tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penggerjaan skripsi ini, kepada :

1. Sdr Maria Claudia, Ibu Paulina Mursiyem, Bapak Dominikus Mado, Feyby Adam yang memberikan dukungan penuh sebagai keluarga.
2. Dr. Meithina Indrasari, S.T., M.M selaku ketua Stikosa-AWS
3. Ibu Dra. Nurtyasih Wibawanti Ratna Amina, M.Si. selaku dosen wali yang membimbing penulis dari awal hingga menyelesaikan studi di Stikosa-AWS.
4. Ibu Suprihatin, S. Pd., M. Med. Kom. selaku Dosen Pembimbing Utama sekaligus dosen wali pada semester 8 hingga 10 yang senantiasa membimbing dan menasihati penulis dari awal belajar hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Dwi Prasetyo, S. Sos., M. PSDM. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasihat, serta motivasi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Stikosa-AWS yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama belajar di bangku perkuliahan.
7. Tim Gajah Mada We Radio Surabaya yang saling bekerjasama dalam kegiatan magang di We Radio Surabaya.

8. Bapak Ikkyu Irawadi selaku Chief Executive Officer (CEO) yang sudah memperbolehkan dan memberi semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh warga 307 yang senantiasa memberi dukungan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Dwiky Nurfiansyah yang sudah memberikan support moral kepada penulis.
11. Angkatan Grinta yang sudah menjadi sahabat sekaligus teman berbagi cerita penulis hingga saat ini.
12. Seluruh bagian dari Shama Music yang selalu memberi motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
13. Teman seperjuangan Stikosa-AWS Angkatan 2016 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas seluruh dukungan,motivasi, serta seluruh kisah yang pernah ada dalam kehidupan ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya serta bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 3 Maret 2022

Hendrikus Guntur Wiyono Padjon Tukan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Rumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1. Manfaat Akademis.....	9
1.5.2. Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.1 Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.2 Tahap-tahap Strategi Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.3 Empat Komponen Strategi Pemasaran.....	15
2.3. Meningkatkan Penjualan.....	19
2.4. Digital Marketing.....	20
2.5. New Media.....	25

2.6. Media Sosial.....	26
2.7. Kerangka Berpikir.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis dan Metode Penelitian.....	28
3.2. Lokasi Penelitian.....	29
3.3. Sumber Data.....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5. Teknik Analisis Data.....	31
3.6. Teknik Keabsahan Data.....	33
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN</b>	
4.1 Gambaran Umum.....	35
4.1.1 Identitas Perusahaan.....	35
4.1.2 Profil Perusahaan.....	35
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	37
4.2 Deskripsi Brand.....	38
4.2.1 Brand Name.....	38
4.2.2 Brand Identity.....	39
4.2.3 Brand Personality.....	39
<b>BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Deskripsi Subjek Penelitian.....	40
5.2 Deskripsi Hasil Pembahasan.....	41
5.2.1 Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran.....	43
5.2.2 Empat komponen strategi pemasaran.....	45
5.2.3 Meningkatkan Penjualan.....	53
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1 Simpulan.....	57
6.2 Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 5.2 Profil Instagram Wakaka Design Factory..... 42

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	6
-------------------------------------	---