



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
MOOTOGRAPHY SEBAGAI DOKUMENTATOR
SEPAK BOLA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh :

M. Agus Salim

41182037190058

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI
2023M/1444 H**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 31 Juli 2023

Tanda Tangan



M. Agus Salim

41182037190058

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran @Mooto_Graphy Sebagai Dokumentator Sepak Bola
Nama : M. Agus Salim
NPM : 41182037190058
Konsentrasi : *Jurnalistik*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 07-Juli , 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi



Tin Hartini, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2016.001



Miftakhudin, M.I.Kom
NRP. 45.5.02.01.2018.088

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :




“Strategi Komunikasi Pemasaran @mooto_graphy Sebagai Dokumentator Sepak Bola” telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 20 Juli 2023
Waktu : 15.00-16.00 WIB

Oleh

Nama : M. Agus Salim
NPM : 41182037190058
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

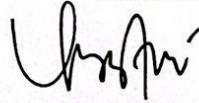
Dewan Penguji	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Siti Khadijah, M. Si.	
Penguji I	Eka Megawati, M. I. Kom.	
Penguji II	Miftakhudin, M. I. Kom.	

Bekasi, 31 Juli 2023

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra
dan Bahasa Islamiah


Dr. Nuryanti M. Hum.
NRP. 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi


Tin Hartini, M.Si.
NRP. 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa
2023

M. Agus Salim

“Strategi Komunikasi Pemasaran @mooto_graphy Sebagai Dokumentator Sepak Bola”

Miftakhudin, M.I.Kom

Penurunan pemakaian jasa @mooto_graphy dari tahun 2019 hingga 2020 menjadi perhatian serius bagi perusahaan karena dampaknya pada performa bisnis dan pertumbuhan perusahaan. Penurunan pemakaian jasa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perubahan preferensi dan kebutuhan konsumen, peningkatan persaingan di industri fotografi olahraga, atau perubahan tren dalam dunia olahraga dan dokumentasi. Permasalahan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh @mooto_graphy dalam mengembangkan bisnis di bidang fotografi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, jenis penelitian kualitatif ini dengan metode deskriptif memiliki tujuan untuk menggambarkan fenomena kejadian secara factual dan akurat tentang fakta dan sifat antar fenomena yang diteliti. Penelitian ini menggunakan teori bauran komunikasi pemasaran dan strategi pemasaran STP (Segmentasi, target, pemosisian). Hasil dari penelitian ini yaitu apa yang dilakukan @mooto_graphy untuk melaksanakan strategi pemasaran dengan menerapkan empat elemen dari teori bauran komunikasi pemasaran (marketing mix) yaitu, berupa produk, harga, tempat, dan promosi serta menggunakan tiga elemen dari teori strategi pemasaran (STP) segmentasi, target, dan pemosisian yang bertujuan untuk mendapatkan pemasaran lebih baik, juga menarik minat konsumen lebih banyak.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Strategi Pemasaran (STP), Fotografi

ABSTRACT

Islamic University 45 Bekasi

Communication Science Study Program

Faculty of Communication, Letters and Languages

2023

M. Agus Salim

“@mooto_graphy Marketing Communication Strategy as a Football Documentator”

Miftakhudin, M.I.Kom

The decline in usage of @mooto_graphy services from 2019 to 2020 is a serious concern for the company because of its impact on business performance and company growth. The decrease in service usage can be caused by several factors, such as changes in consumer preferences and needs, increased competition in the sports photography industry, or changes in trends in the world of sports and documentation. The problem is how the marketing communication strategy is carried out by @mooto_graphy in developing a business in the field of photography. The method used in this study is a qualitative method, this type of qualitative research with a descriptive method has the aim of describing the phenomenon of events factually and accurately about the facts and the nature of the phenomena studied. This research uses marketing communication mix theory and STP marketing strategy (Segmentation, target, positioning). The results of this study are what @mooto_graphy does to carry out marketing strategies by applying the four elements of the marketing mix theory, namely, in the form of product, price, place and promotion and using the three elements of marketing strategy theory (STP) segmentation, target and positioning which aim to get better marketing, also attracting more consumer interest.

Keywords: Marketing Communication, Marketing Strategy (STP), Photography

PRAKATA

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya dan keluarga yang telah memberikan semangat kepada diri saya.
2. Bapak Dr. Nuryadi M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi,
3. Miftakhudin, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Tin Hartini, M.Si., Selaku Ketua Pogram Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi.
5. Dosen-dosen prodi Ilmu Komunikasi serta seluruh dosen Universitas Islam 45 Bekasi.
6. A.H Diansyah selaku pimpinan *event* organizer @mooto_graphy, serta fotografer Three Ummoro Steyo.
7. Teman- teman seperjuangan saya di angkatan 2019 Ilmu Komunikasi, Abdel Acryan, M. Nur Alfa Riski, Shalsa Rifda Tajiduny, Ilham Rasyidin, dll.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 14 Juli ,2023

M. Agus Salim

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	8
2.1.1. Penelitian Muhammad Rizky “Starategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Bisnis Fotografi Di Studio Foto La Vanilla Banjarmasin”, 2020.	8
2.1.2. Penelitian Elkha Intania Sari “Strategi Komunikasi Pemasaran Bray Photowork”2019.	9
2.1.3. Penelitian Fitria Rismawati, Sri Wahyuni, dan Joko Widodo “Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Positioning)Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Jember”	10
2.2 Kerangka Teori	13
2.2.1. Komunikasi Pemasaran	13
2.2.2. Pengertian Komunikasi Pemasaran	14
2.2.3. Komunikasi.....	15
2.2.4. Strategi Pemasaran	16
2.2.5. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	21
2.2.6. Fotografi	22
2.2.7. Sepak Bola.....	23

2.3. Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Metode penelitian.....	27
3.2 Unit Analisis Data.....	27
3.2.1. Key Informan.....	28
3.2.2. Informan	28
3.3 Definisi Konseptual	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.2 Visi Dan Misi.....	35
4.1.3 Struktur Organisasi @mooto_graphy.....	36
4.1.4 Logo Perusahaan.....	37
4.1.5 Sosial Media @mooto_graphy	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Produk (<i>Product</i>)	39
4.2.2 Harga (<i>Price</i>)	43
4.2.3 Tempat (<i>Place</i>)	46
4.2.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	47
4.2.5 Segmentasi (<i>Segmenting</i>)	50
4.2.6 Target (<i>Targeting</i>)	62
4.2.6 Pemosisian (<i>Positioning</i>).....	66
4.3 Hasil Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
Daftar Pustaka.....	76
Lampiran	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Foto Dari @mooto_graphy	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	37
Gambar 4. 2 Profile Sosial Media Instagram	38
Gambar 4. 3 Hasil foto @mooto_graphy	40
Gambar 4. 4 Hasil foto lamaran	41
Gambar 4. 5 Hasil foto wedding mootography	41
Gambar 4. 6 Jumlah Pemakaian Jasa @Mooto_graphy	42
Gambar 4. 7 Daftar Harga Mootography	44
Gambar 4. 8 Daftar harga mootography	45
Gambar 4. 9 Price list Bagus cekrek	46
Gambar 4. 10 lokasi rumah mootography	47
Gambar 4. 11 Promosi @mooto_graphy dalam turnamen	48
Gambar 4. 12 Kerja sama antara mootography dengan spatula FC	49
Gambar 4. 13 Promosi melalui Cashback	50
Gambar 4. 14 percakapan konsumen dan mootography	50
Gambar 4. 15 Testimoni dari mootography	51
Gambar 4. 16 konten kreatif mootography	52
Gambar 4. 17 gambaran umum segmentasi pasar	53
Gambar 4. 18 Insight Instagram mootography	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu	11
---	----