

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GUPPY BAGUS FARM
BEKASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
USAHA DI TENGAH BANYAKNYA PESAING**

SKRIPSI

Oleh:

Adnan Nasrulloh

201810415074



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GUPPY BAGUS FARM
BEKASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
USAHA DI TENGAH BANYAKNYA PESAING**

SKRIPSI

Oleh:

Adnan Nasrulloh

201810415074



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Guppy Bagus Farm
Bekasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Usaha di
Tengah Banyaknya Pesaing

Nama Mahasiswa : Adnan Nasrulloh

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415074

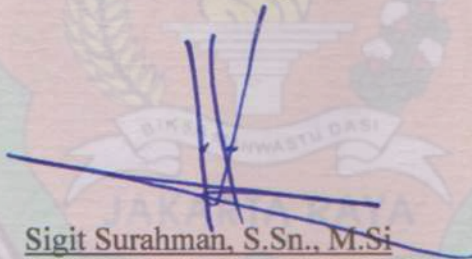
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 September 2022

Jakarta, 11 Oktober 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing


Sigit Surahman, S.Sn., M.Si

NIDN. 0416118205

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Guppy Bagus Farm
Bekasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Usaha di
Tengah Banyaknya Pesaing

Nama Mahasiswa : Adnan Nasrulloh

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415074

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 September 2022

Jakarta, 11 Oktober 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM
NIDN. 0311036501

Penguji I : Sigit Surahman, S.Sn., M.Si
NIDN. 0416118205

Penguji II : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0327119701

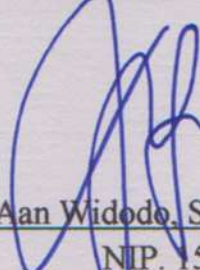
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Strategi Komunikasi Pemasaran Guppy Bagus Farm Bekasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Usaha di Tengah Banyaknya Pesaing ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 11 Oktober 2022
Yang membuat pernyataan,



Adnan Nasrulloh
201810415074

ABSTRAK

Adnan Nasrulloh. 201810415074. Usaha ternak ikan hias Guppy dengan nama peternakan Guppy Bagus Farm didirikan oleh Arif Sihabudin pada tahun 2012. Sejak awal berdiri hingga 2022 ini, sudah banyak pesaing yang muncul, dan tentunya membawa dampak besar bagi usaha yang dijalankan.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pemilik Guppy Bagus Farm dalam mempertahankan eksistensi usaha di tengah banyaknya pesaing. Dan juga dari bauran teori komunikasi pemasaran 4P Philip Kotler, dapat diteliti manakah yang paling dominan dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Guppy Bagus Farm untuk mempertahankan eksistensinya.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data berupa wawancara narasumber pemilik Guppy Bagus Farm dan konsumen dari Guppy Bagus Farm serta melakukan observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Guppy Bagus Farm mampu mempertahankan eksistensinya di tengah banyaknya pesaing karena menerapkan strategi komunikasi yang khas untuk memasarkan produknya, serta mengetahui bauran komunikasi yang paling dominan digunakan dalam strategi komunikasi pemasarannya. Strategi komunikasi yang khas itu adalah dengan adanya layanan konsultasi gratis bagi para konsumen, sedangkan jenis atau bentuk bauran komunikasi pemasaran yang paling dominan digunakan untuk mempertahankan eksistensi usaha ditengah banyaknya pesaing adalah dari pemenuhan produk (*product*) dan segi mempromosikan produk (*promotion*).

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Eksistensi, Guppy Bagus Farm.

ABSTRACT

Adnan Nasrulloh. 201810415074. The Guppy ornamental fish business under the name Guppy Bagus Farm was founded by Arif Sihabudin in 2012. Since its inception until 2022, many competitors have emerged, and of course have had a big impact on the business.

This study aims to examine the marketing communication strategy carried out by the owner of Guppy Bagus Farm in maintaining the existence of the business in the midst of many competitors. And also from Philip Kotler's 4P marketing communication theory mix, it can be investigated which one is the most dominant in Guppy Bagus Farm's marketing communication strategy to maintain its existence.

The analytical method used in this study, namely descriptive qualitative method, with data collection in the form of interviews with the owner of Guppy Bagus Farm and consumers of Guppy Bagus Farm as well as conducting observations and documentation.

The results of this study indicate that Guppy Bagus Farm is able to maintain its existence in the midst of many competitors because it applies a unique communication strategy to market its products, as well as knowing the most dominant communication mix used in its marketing communication strategy. The typical communication strategy is to provide free consulting services for consumers, while the most dominant type or form of marketing communication mix used to maintain business existence in the midst of many competitors is product fulfillment and product promotion.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Existence, Guppy Bagus Farm.

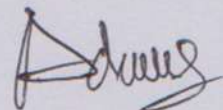
KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wa ta'ala atas rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis haturkan bagi tuntunan dan suri tauladan Nabi Muhammad Shallallahu'alaihiwasallam beserta keluarga dan sahabat beliau yang senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai Islam sepanjang zaman. Tidak lupa juga ucapan terima kasih yang tiada tara dari penulis untuk kedua orang tua penulis, untuk Ibu dan Ayah yang telah menjadi orang tua terhebat penulis, yang selalu memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian, dan kasih sayang serta doa yang tentu takkan bisa penulis balas.

Skripsi ini telah disusun dengan tujuan untuk menyelesaikan tugas wajib yang merupakan syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Adapun judul Skripsi ini yaitu "Strategi Komunikasi Pemasaran Guppy Bagus Farm Bekasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Usaha di Tengah Banyaknya Pesaing". Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak lain, di antaranya:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Sigit Surahman, S.Sn., M.Si, selaku pembimbing skripsi penulis yang telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis, memberi masukan, serta memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Jakarta, 11 Oktober 2022



Adnan Nasrulloh

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Fokus Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Kegunaan Penelitian Praktis dan Teoritis	12
1.6.1 Kegunaan Praktis.....	12
1.6.2 Kegunaan Teoritis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teoritis.....	13
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2.1 Konsep Strategi Pemasaran 4P	15

2.1.3 Eksistensi.....	24
2.1.4 Pesaing	26
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.2 Kualitatif Deskriptif	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.3.1 Subjek Penelitian	30
3.3.1.1 Informan	30
3.3.2 Objek Penelitian.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Triangulasi	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Profil Guppy Bagus Farm	39
4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Guppy Bagus Farm	45
4.3 Jenis atau Bentuk Bauran Komunikasi Pemasaran Guppy Bagus Farm.....	55
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	67
5.2.1 Saran Teoris	67
5.2.2 Saran Praktis	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Pelaksanaan Observasi.....	34
Tabel 3.2 Pelaksanaan Wawancara.....	35
Tabel 3.3 Pelaksanaan Dokumentasi	35
Tabel 3.4 Pelaksanaan Analisis Data	38



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Beberapa contoh poster kontes ikan Guppy (sumber: google.com)	2
Gambar 1.2 <i>Event</i> Guppy Indonesia Forum #3.0 (sumber: instagram.com)	3
Gambar 1.3 Pemberian penghargaan oleh Kepala BRSDM (sumber: kkp.go.id)	4
Gambar 1.4 Foto komunitas Keluarga Guppy Bekasi (sumber: facebook.com)	4
Gambar 1.5 Akun Instagram milik Aldo Tan's Guppy (sumber: instagram.com)	5
Gambar 1.6 Akun Facebook milik Kano Guppy Farm (sumber: facebook.com).....	6
Gambar 1.7 Jumlah peternak Komunitas Guppy Bekasi (sumber: facebook.com).....	7
Gambar 1.8 Dokumentasi Guppy Indonesia Forum (sumber: instagram.com)	7
Gambar 1.9 Akun Instagram Guppy Bagus Farm (sumber: instagram.com)	8
Gambar 1.10 Lokasi Guppy Bagus Farm (sumber: hasil dokumentasi peneliti)	9
Gambar 4.1 Penampakan lokasi Guppy Bagus Farm (sumber: hasil dokumentasi)....	39
Gambar 4.2 Penampakan lokasi Guppy Bagus Farm (sumber: hasil dokumentasi)....	40
Gambar 4.3 Arif Sihabudin membersihkan akuarium (sumber: hasil dokumentasi)...	41
Gambar 4.4 Logo Guppy Bagus Farm (sumber: hasil dokumentasi)	42
Gambar 4.5 Akun Facebook milik Guppy Bagus Farm (sumber: hasil observasi)	43
Gambar 4.6 Akun Instagram milik Guppy Bagus Farm (sumber: hasil observasi)....	44
Gambar 4.7 Komentar postingan FB Guppy Bagus Farm (sumber: hasil observasi)..	53
Gambar 4.8 Komentar postingan IG Guppy Bagus Farm (sumber: hasil observasi) ..	53
Gambar 4.9 Akun FB dan IG Guppy Bagus Farm (sumber: hasil observasi)	55
Gambar 4.10 Arif Sihabudin melakukan pengiriman (sumber: hasil dokumentasi) ...	58
Gambar 4.11 Postingan paket siap kirim ke luar kota (sumber: hasil orservasi).....	59
Gambar 4.12 Postingan promosi di media sosial (sumber: hasil observasi).....	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	: Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN II	: Administrasi
LAMPIRAN III	: Reduksi Data & Transkrip Wawancara
LAMPIRAN IV	: Dokumentasi
LAMPIRAN V	: Kartu Bimbingan
LAMPIRAN VI	: Form Perbaikan

