

**STRATEGI KOMUNIKASI NON ANTARPRIBADI
SEORANG FOTOGRAFER *PREWEDDING* SERENITY
PHOTOWORKS DALAM MEMBANGUN LOYALITAS
*CLIENT***

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Serenity *Photoworks*)

Skripsi

Oleh :

Setya Qolby

201610415190



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Non Antar Pribadi
Seorang Fotografer *Prewedding Serenity Photoworks* Dalam Membangun Loyalitas
Client (Studi Deskriptif Kualitatif Pada
Serenity Photoworks)

Nama Mahasiswa : Setya Qolby

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415190

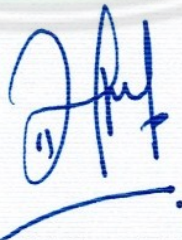
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom

NIDN 0319048601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Non Antar Pribadi
Seorang Fotografer *Prewedding* Serenity
Photoworks Dalam Membangun Loyalitas
Client (Studi Deskriptif Kualitatif Pada
Serenity *Photoworks*)

Nama Mahasiswa : Setya Qolby
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415190
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Tabrani Sjafrizal, M.I.Kom
NIDN : 0306046603

Penguji : Hani Astuti.S.Sos, M..I.Kom
NIDN: 0319048601

Sekretaris Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M. Si
NIDN: 0312079501



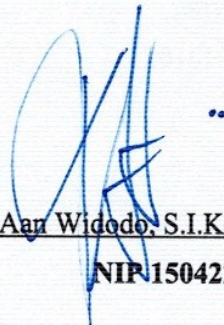
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



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



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Strategi Komunikasi Non Antarpribadi Seorang Fotografer *Prewedding Serenity Photoworks* Dalam Membangun Loyalitas Client (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Serenity Photoworks).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian 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 dijadikan referensi melalui 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, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Setya Qolby

201610415190

ABSTRAK

Setya Qolby. 201610415190. Strategi Komunikasi Non Antar Pribadi Seorang Fotografer *Prewedding Serenity Photoworks* Dalam Membangun Loyalitas *Client* (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Serenity Photoworks)

Penelitian ini tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh fotografer prewedding serenity photoworks dalam membangun loyalitas klien. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan terkait loyalitas klien yang terbentuk dengan menggunakan analisis prediksi milik miller dan steinberg. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Wawancara penelitian dilakukan kepada pihak yang dapat memberikan keterangan mengenai strategi yang dilakukan dalam membangun loyalitas pelanggan serenity photoworks yaitu owner, fotografer prewedding, dan dua klien serenity photoworks. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa serenity photoworks menerapkan analisis prediksi milik miller dan steinberg sebagai bentuk strategi yang dilakukan untuk membangun loyalitas klien.

Kata kunci : Fotografi, *Prewedding*, Loyalitas Klien

ABSTRACT

Setya Qolby. 201610415190. *Non-Interpersonal Communication Strategies of a Serenity Photoworks Prewedding Photographer in Building Client Loyalty (Qualitative Descriptive Study on Serenity Photoworks)*

This research is about how the communication strategy used by pre-wedding photographer serenity photoworks in building client loyalty. This study aims to describe the relationship between client loyalty formed by using Miller and Steinberg's predictive analysis. This study used descriptive qualitative method. Data collection is done by in-depth interviews, observation, and documentation. To check the validity of the data, researchers used source triangulation. Research interviews were conducted with parties who could provide information regarding the strategies undertaken in building customer loyalty to Serenity Photoworks, namely the owner, the pre-wedding photographer, and two Serenity Photoworks clients. Based on the data obtained, it shows that serenity photoworks applies Miller and Steinberg's prediction analysis as a form of strategy to build client loyalty.

Keywords: Photography, Prewedding, Client Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas ridho dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Non Antar Pribadi Seorang Fotografer *Prewedding Serenity Photoworks* Dalam Membangun Loyalitas *Client*”. Penyelesaian tulisan ini tak terlepas bantuan dari berbagai pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung, terutama dan teristimewa dipersembahkan kepada kedua orang tua. Kepada almarhum ayah Syamsu Rizal, dan ibu Eny Yuniarti tercinta yang senantiasa memberikan rasa sayang, didikan, materi, serta do’a yang selalu dipanjatkan pada Allah kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dan do’a dari berbagai pihak Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan Skripsi ini Tidak juga lupa, saya ingin mengucapkan kepada beberapa pihak yang membantu, terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono,SH.,MM. 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 Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Hani Astuti,S.Sos ,M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi saya.
5. Sherly Winda Sari yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi
6. Teman-teman angkatan 2016 yang sudah memberi dukungan dan masukan untuk skripsi saya.

Karena kebaikan semua pihak yang telah penulis sebutkan tadi, maka penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan. Penulis sangat berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak.

Akhir kata, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada pihak yang kurang berkenan atas laporan ini dan juga kesalahan lisan ataupun tulisan dalam penyusunan laporan ini.

Jakarta, 01 Agustus 2023



Penyusun



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Strategi Komunikasi	8
2.2.1 Pengertian Strategi	8
2.2.2 Strategi Komunikasi.....	9
2.2.3 Fungsi Strategi Komunikasi	10
2.3 Komunikasi	11
2.3.1 Pengertian Komunikasi.....	11
2.3.2 Tujuan Komunikasi.....	12
2.3.3 Unsur-Unsur Komunikasi	13

2.3.4	Komunikasi Non Antarpribadi.....	14
2.3.5	Perbedaan antara komunikasi non antarpribadi dan komunikasi antarpribadi.....	17
2.4	Fotografi.....	19
2.4.1	Pengertian Fotografi	19
2.4.2	Fotografer Dan <i>Client</i>	20
2.5	Pengertian Loyalitas	21
2.5.1	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	22
2.5.2	Merancang Dan Menciptakan Loyalitas	22
2.6	Kerangka Berpikir.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Metode Deskriptif	25
3.3	Subjek dan objek penelitian	26
3.4	Data Informan	27
3.5	Sumber Pengambilan Data	28
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.7	Triangulasi Data	31
3.8	Waktu Dan Tempat Penelitian	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Gambaran Umum	34
4.1.1	Sejarah Singkat Serenity <i>Photoworks</i>	34
4.1.2	Logo Serenity <i>Photoworks</i>	34
4.1.3	Visi Dan Misi	35
4.1.4	Struktur Organisasi	35
4.1.5	Profil Informan	36
4.2	Hasil Penelitian	36
4.3	Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP		73
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran	73

5.2.1	Saran untuk perusahaan	73
5.2.2	Saran untuk peneliti selanjutnya	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Data Informan.....	28
Tabel 3.2 <i>Time Table</i> Penyusunan Skripsi.....	33



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1 Komponen data analisis (<i>interactive model</i>)”	30
Gambar 4.1 Logo Serenity Photoworks	34



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	24
Bagan 4.1 Struktur Organisasi.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup
- LAMPIRAN 2 : Surat Permohonan Pengambilan Data Penelitian
- LAMPIRAN 3 : Surat Tanda Telah Melakukan Penelitian Di Serenity
Photoworks
- LAMPIRAN 4 : Transkrip Wawancara, Reduksi Data, Tabel Perbandingan
Dengan Kompetitor
- LAMPIRAN 5 : Dokumentasi Narasumber
- LAMPIRAN 6 : Kartu Bimbingan
- LAMPIRAN 7 : Form Perbaikan

