

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN
(STUDI KASUS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA BRAND
LOKAL UNIONWELL)**

SKRIPSI

Oleh:

Fajria Asri Grahita

201810415081



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN
(STUDI KASUS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA BRAND
LOKAL UNIONWELL)**

SKRIPSI

Oleh:

Fajria Asri Grahita

201810415081



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam
Mempertahankan Pelanggan (Studi Deskriptif
Kualitatif Pada Brand Lokal Unionwell)

Nama Mahasiswa : Fajria Asri Grahita

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415081

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 29 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

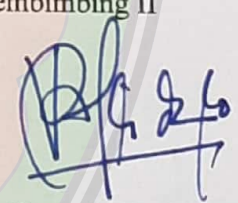
MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


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

NIDN 0319048601


Tri Alida Apriliana, S.I.P., M.I.Kom

NIDN 0322048204

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam
Mempertahankan Pelanggan (Studi Deskriptif
Kualitatif Pada Brand Lokal Unionwell)
Nama Mahasiswa : Fajria Asri Grahita
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415081
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 29 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si
NIDN. 0328056508
Penguji I : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0319048601
Penguji II : Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M. Hum
NIDN. 323057006

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

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

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Brand Lokal Unionwell)”** 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, 05 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Fajria Asri Grahita

201810415081

ABSTRAK

Fajria Asri Grahita, 201810415081, Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Brand Lokal Unionwell)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Unionwell yang merupakan local brand yang fokus memproduksi pakaian dan aksesoris yang memiliki desain untuk anak motor. Dalam memperkenalkan produknya dengan digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran dengan menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas fungsi pemasaran tradisional. Digital marketing dapat membantu pemasar menjalin hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan meningkatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Penggunaan digital marketing banyak dilakukan oleh beberapa perusahaan, sebagaimana yang dilakukan oleh Unionwell. Penelitian deskriptif kualitatif dilakukan untuk menggambarkan, mendeskripsikan dan meringkas fenomena. Penelitian ini ingin memaparkan strategi pemasaran yang dilakukan Unionwell untuk mempertahankan pelanggan. Hasil penelitian ini didapatkan Unionwell menggunakan *search engine optimization* (SEO), aktivitas media sosial, knowledge marketing, *hard-selling*, *soft-selling*, *hypnoselling*, *google* dan *social media ads*, *leads generation*, analisis dan penelusuran data.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran, *Digital Marketing*, *Hypno Selling*, brand lokal.

ABSTRACT

Fajria Asri Grahita, 201810415081, Marketing Communication Strategy in Retaining Customers (Qualitative Descriptive Study on Unionwell Local Brands)

This research was motivated by Unionwell, which is a local brand that focuses on producing clothing and accessories that have designs for motorcycle. In introducing its products with digital marketing is one of the marketing strategies by using the internet and information technology to expand traditional marketing functions. Digital marketing can help marketers build relationships with customers to increase customer engagement and retain customers. Many companies use digital marketing, as did Unionwell. Qualitative descriptive research was conducted to describe, describe and summarize phenomena. This study wants to describe the marketing strategy that Unionwell uses to retain customers. The results of this study were obtained by Unionwell using search engine optimization (SEO), social media activities, marketing knowledge, hard-selling, soft-selling, hypnoselling, google and social media ads, lead generation, data analysis and search.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Communication, Digital Marketing, Hypno Selling, local brands.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan berkatnya yang diberikan kepada peneliti, sehingga dapat mengerjakan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Brand Lokal Unionwell)” yang dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih kepada kedua Alm kakek dan nenek yang telah membesarkan, merawat dan memberikan pelajaran untuk peneliti sampai saat ini, yang selalu berdoa dan berusaha memberikan yang terbaik untuk peneliti. Kedua orang tua Bapak Rizki Eka Adyananta dan Ibu Epelin yang telah merawat, membesarkan dan memberikan pelajaran untuk peneliti. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan dan panjang umur. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan dan panjang umur. Adapun skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan pada pendidikan sarjana, dengan mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi. Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan beberapa pihak, dari awal sampai akhir. Izinkan peneliti dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada :

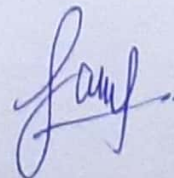
1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hani Astuti S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Satu yang telah membimbing, memberikan arahan serta dukungan peneliti dalam menyusun proposal skripsi.
5. Ibu Tri Alida Apriliani, S.I.P., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah membimbing, memberikan arahan serta dukungan peneliti dalam menyusun proposal skripsi.

6. Allah SWT, atas kehadiratnya peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan sebaik - baiknya.
7. Seluruh keluarga besar Arief Abhi Setyaka, Raina Sari Indraswari, serta yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya yang selalu memberikan doa, usaha dan semangat untuk peneliti.
8. Kepada kakak Aini Nastiti Ayuningtyas dan Adik Rafid Nauval Aryo Dipta dan sepupu yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kalian bisa lebih sukses.
9. Kepada para informan yang telah membantu memberikan informasi dan kelengkapan data yang dibutuhkan peneliti.
10. Kepada teman - teman yang sama sama mengerjakan skripsi Elvira, Sari, Bella, Netty dan yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita akan sukses kedepannya.

Saran dan kritik sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan penelitian skripsi ini. Akhir kata, seiring dengan salam dan doa untuk semua pihak yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Brand Lokal Unionwell)" dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 05 Agustus 2022

Peneliti



Fajria Asri Grahita

201810415081

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah / Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kerangka Konsep	10
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	11
2.2.3 Prinsip 6C	14
2.2.4 <i>Branding</i>	15
2.2.5 <i>Digital Marketing</i>	16
2.2.5 Lokal Brand	18

2.2.6 Unionwell	18
2.3 Kerangka Pemikiran	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Metode Penelitian	23
3.3 Subyek Penelitian	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4.1 Observasi	25
3.4.2 Wawancara	26
3.4.3 Dokumentasi	27
3.5 Teknik Analisis Data	27
3.6 Keabsahan Data / Triangulasi	27
3.7 Lokasi dan Waktu penelitian	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek dan Subjek Penelitian	29
4.1.1 Gambaran Umum Unionwell	29
4.1.2 Logo Unionwell	31
4.1.3 Visi dan Misi Unionwell	31
4.1.4 Struktur Organisasi Unionwell	32
4.1.5 Produk Unionwell	33
4.1.6 Deskripsi Identitas Informan	34
4.2 Penyajian Data	36
4.3 Hasil Penelitian	38
4.3.1 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	39
4.3.2 <i>Product, Price, Place</i>	40
4.3.3 <i>Digital Marketing</i>	42
4.3.3.1 <i>Search Engine Optimization (SEO)</i>	42
4.3.3.2 <i>Aktivitas Media Sosial</i>	44

4.3.3.3 <i>Knowledge Marketing</i>	46
4.3.3.4 <i>Hard-selling, Soft-selling, dan Hypnoselling</i>	48
4.3.3.5 Google dan Social Media Ads	52
4.3.3.6 <i>Leads Generation</i>	55
4.3.1.7 Analisa dan Penelusuran Data	55
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.4.1 <i>Digital Marketing</i>	57
4.4.1.1 <i>Search Engine Optimization (SEO)</i>	59
4.4.1.2 Aktivitas Media Sosial	60
4.4.1.3 <i>Knowledge Marketing</i>	61
4.4.1.4 <i>Hard-selling, Soft-selling, dan Hypnoselling</i>	62
4.4.1.5 Google dan Social Media Ads	64
4.4.1.6 <i>Leads Generation</i>	66
4.4.1.7 Analisa dan Penelusuran Data	67
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

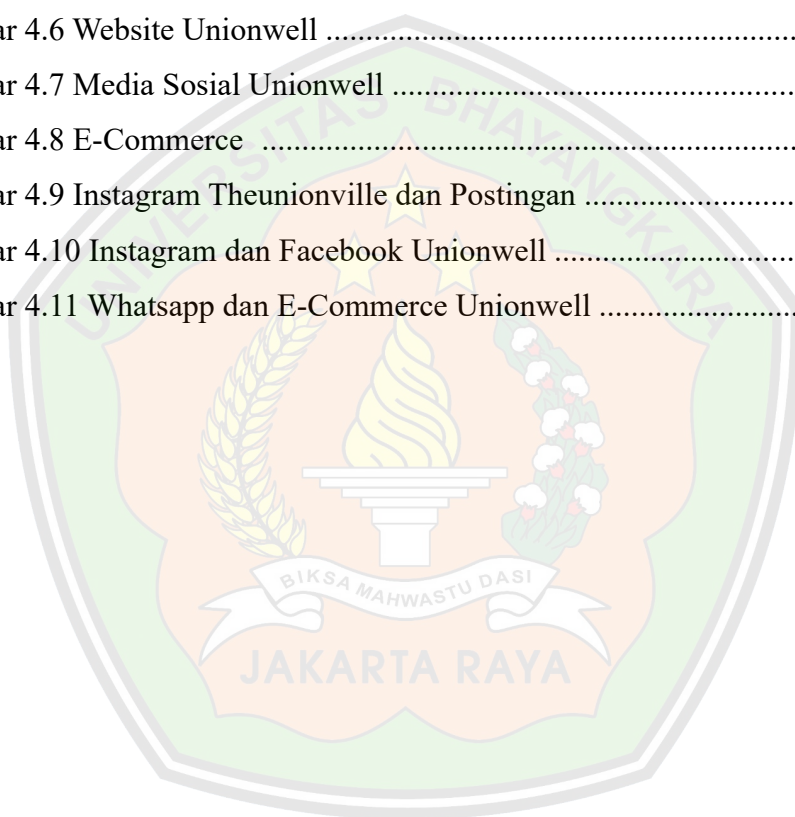
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Unionwell, Bullssyndicate, NK13	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Informan Penelitian	24
Tabel 4.1 Daftar Produk Unionwell	34
Tabel 4.2 Informan Penelitian	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Unionwell	18
Gambar 4.1 Logo Unionwell	31
Gambar 4.2 Marketing Unionwell	35
Gambar 4.3 Konsumen Unionwell	35
Gambar 4.4 Konsumen Unionwell	36
Gambar 4.5 Website Unionwell	60
Gambar 4.6 Website Unionwell	61
Gambar 4.7 Media Sosial Unionwell	62
Gambar 4.8 E-Commerce	64
Gambar 4.9 Instagram Theunionville dan Postingan	66
Gambar 4.10 Instagram dan Facebook Unionwell	65
Gambar 4.11 Whatsapp dan E-Commerce Unionwell	67



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	19
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Unionwell	32



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN 2	: Administrasi
LAMPIRAN 3	: Reduksi Data dan Transkrip Wawancara
LAMPIRAN 4	: Dokumentasi
LAMPIRAN 5	: Kartu Bimbingan
LAMPIRAN 6	: Form Perbaikan Sidang Skripsi

