STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA WHD CREATIVE DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN

SKRIPSI

Oleh:

Wahid Agam Tangguh

202010415179

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA WHD CREATIVE DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN

SKRIPSI

Oleh:

Wahid Agam Tangguh 202010415179

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA 2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Whd Creative Dalam Menarik Minat Pelanggan
Nama Mahasiswa	: Wahid Agam Tangguh
Nomor Pokok Mahasiswa	202010415179
Program Studi Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI

Pembimbing

Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si.

NIDN. 0328056508

Strategi Komunikasi.., Wahid Agam Tangguh, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Whd Creative Dalam Menarik Minat Pelanggan
Nama Mahasiswa	: Wahid Agam Tangguh
Nomor Pokok Mahasiswa	202010415179
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu
Komunikasi Tanggal Lulus Skripsi	: 07 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari, 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Titis Nurwulan Suciati, S.Sos., M.I.Kom **NIDN. 0329068301**	.....
Pembimbing	: Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si **NIDN. 0328056508**	.....
Sekretaris Penguji	: Tabrani Sjafrizal, S.Sos., M.I.Kom **NIDN. 0306046603**	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si **NIP. 2203551**	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A.,M.Ed.,Ph.D **NIP. 1908425**

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Whd Creative Bekasi Dalam Menarik Minat Pelanggan**.ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali kutipan 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 skirpsi ini dalam bentuk digital dam mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025



Wahid Agam Tangguh

202010415179

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Whd Creative Bekasi Dalam Menarik Minat Pelanggan**.ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali kutipan 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 skirpsi ini dalam bentuk digital dam mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025



Wahid Agam Tangguh

202010415179

ABSTRAK

Wahid Agam Tangguh, 202010415179.

"Strategi Komunikasi Pemasaran Whd Creative dalam menarik minat pelanggan"

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Whd Creative dengan menggunakan promosi dalam menarik pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif, Whd Creative adalah sebuah workshop yang bergerak di dibidang otomotif dengan target pasar anak remaja pecinta otomotif dan modifikasi, memanfaatkan berbagai elemen Integrated Marketing Communication (IMC) salah satunya sales promotion. Strategi pemasaran Whd Creative melibatkan pendekatan online dan offline. Secara online, Whd Creative memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram untuk mempromosikan hasil jasanya, sedangkan secara offline, Whd Creative membuka cabang di wilayah Bekasi dan Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi efektivitas strategi- strategi tersebut dalam meningkatkan minat penggunaan jasa pelanggan. Pendekatan yang terintegrasi berupa pemasaran online dan offline ini terbukti mampu menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan minat dalam penggunaan jasa dan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi penjualan yang tepat dan inovatif memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik atau minal hasil pengerjaan Whd Creative bekasi.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Whd Creative, Otomotif, Minat Pelanggan, Media Sosial.

ABSTRACT

Wahid Agam Tangguh, 202010415179.

"Whd Creative marketing communication strategy in attracting customer interest"

This research aims to answer the question about how the marketing communication strategy implemented by Whd Creative uses promotions to attract customers. This research uses a descriptive qualitative method approach, Whd Creative is a workshop operating in the automotive sector with a target market of teenagers who love automotive and modification, utilizing various elements of Integrated Marketing Communication (IMC), one of which is sales promotion. Whd Creative's marketing strategy involves both online and offline approaches. Online, Whd Creative utilizes social media platforms such as Instagram to promote the results of its services, while offline, Whd Creative opens branches in the Bekasi and Jakarta areas. This research uses a qualitative approach to explore the effectiveness of these strategies in increasing customer interest in using services. This integrated approach in the form of online and offline marketing has been proven to be able to attract customer attention and increase interest in using services and purchasing. The research results show that appropriate and innovative sales promotion strategies play an important role in increasing the attractiveness or interest of the results of Whd Creative Bekasi work.

Keywords : *Marketing Communication Strategy, Whd Creative, Automotive, Customer Interest, Social Media.*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang maha maha Esa, karena Berkat Rahmat dan karunianya penulis masih diberikan Kesehatan, kesempatan, kesabaran, serta kemauan dan tekad yang dianugerahkan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Terimakasih kepada kedua orang tua Ibu Ambarwaty Harsini dan Bapak Agis Sumpena yang sangat berperan penting dan selalu memberikan dukungan penuh serta doa yang tiada hentinya untuk keberhasilan penulisan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara. Penulis memberi judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Whd Creative Dalam Menarik Minat Pelanggan"

Tentunya pembuatan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan serta doa dari pihak-pihak yang terlibat. Maka dari itu dengan kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto S.Sos.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Drs, Nasaruddin Siregar, M.i selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan evaluasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang turut berperan penting dalam membantu membuat skripsi ini.

Strategi Komunikasi.., Wahid Agam Tangguh, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

6. Teruntuk teman-teman Dito Fariqzi, Ferdiyanto, Dan Rama Putra. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu menemani, memberi masukan, saran, dan dukungan untuk penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar.
7. Teruntuk Mutiara terimakasih telah menjadi partner yang selalu menemani sampai saat ini dan memberikan dukungan penuh suka cita kepada penulis.
8. Teruntuk teman-teman seperjuang angkatan 2020 yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.

Terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik, saran dan masukan yang membangun sangat diharapkan untuk skripsi ini.

Jakarta, 17 Februari 2025



Wahid Agam Tangguh

202010415179

Strategi Komunikasi.., Wahid Agam Tangguh, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

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. 8
1.3 Pertanyaan Penelitian 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 8
1.5.1 Manfaat Praktis 8
1.5.2 Manfaat Teoritis 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**
2.1. Penelitian Terdahulu 9
2.2. Kerangka Konsep 12
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran 12
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu 14

Strategi Komunikasi.., Wahid Agam Tangguh, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.3. Pelanggan 15
2.4. Minat Pelanggan 16
2.9 Kerangka Berpikir 18
BAB III METODE PENELITIAN 19
3.1. Jenis Penelitian 19
3.2. Desain Penelitian 19
3.3. Unit Analisis 20
3.4. Subjek dan Objek Penelitian 20
3.5. TeknikPengumpulan Data 21
3.6. Teknik Analisis Data 22
3.7. Reduksi data 22
3.8. Keabsahan Data 22
3.9. Triangulasi Data 22
3.10. Tempat dan Waktu Penelitian 23
3.10.1 Tempat Penelitian 23
3.10.2 Waktu Penelitian 23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 24
4.1 Hasil Penelitian 24
4.1.1 Objck Penelitian 24
4.1.2 Profil Informan 27
4.1.3 Temuan Wawancara 27
4.1.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu Whd Creative 28
4.1.5 Sales Promotion Whd Creative 31
4.1.6 Minat Beli Konsumen 33
4.2 Pembahasan Penelitian 35
4.2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu Whd Creative 35
4.2.2 Sales Promotion Pada Whd Creative 40
4.2.3 Minat Beli Konsumen Whd Creative 42

Strategi Komunikasi.., Wahid Agam Tangguh, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

BAB V PENUTUP 46
5.1 Simpulan 46
5.2 Saran..... 47
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Strategi Komunikasi.., Wahid Agam Tangguh, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

UNIVERSITAS BHAYANGKARA
BIKSA MAHWASTU DASI
JAKARTA RAYA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 11

Tabel 3.1 Daftar Kriteria Informan 25

Tabel 4.1 Waktu Penelitian.....28

Tabel 5.1 Profil Informan.....32

Strategi Komunikasi.., Wahid Agam Tangguh, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar Logo Whd Creative 3
Gambar 1. 2 Hasil Pengerjaan Pada Whd Creative Bekasi 3
Gambar 1. 3 Sebelum pengecatan 4
Gambar 1. 4 Sesudah Pengecatan 4
Gambar 4. 1 Logo Whd Creative 29
Gambar 4. 2 Tampilan profil sosial media Whd Creative 30
Gambar 4. 3 Hasil pengerjaan pada perubahan motor 31
Gambar 4. 4 Acara Oto Trend Vol.02 43
Gambar 4. 5 Kolaborasi penggunaan part lokal 43
Gambar 4. 6 Istagram Whd Creative 45
Gambar 4. 7 Bentuk Stiker Whd Creative Sumber: Dokumentasi Peneliti 46
Gambar 4. 8 Gift Sparepart Whd Creative 47

UNIVERSITAS BHAYANGKARA
BIKSA MAHWASTU DASI
JAKARTA RAYA

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir 28

Strategi Komunikasi.., Wahid Agam Tangguh, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Biodata Mahasiswa
Lampiran 2	:	Dokumentasi
Lampiran 3	:	Pedoman Wawancara
Lampiran 4	:	Transkip Wawancara
Lampiran 5	:	Reduksi Data