

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SERAYA SHOP  
TERHADAP DAYA TARIK CUSTOMER”**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**Universitas Muhammadiyah Malang**

**Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh :**

**FARIDZ ALFANSA BHASKARA**

**201711004031148**

**Dosen Pembimbing**

**Dr. Joko Susilo, M.Si**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

### JUDUL SKRIPSI

#### STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SERAYA SHOP TERHADAP DAYA TARIK CUSTOMER

Diajukan Oleh :

**FARIDZ ALFANSA BHASKARA**

201710040311148

Telah disetujui  
*Rabu / 17 Januari 2024*

Pembimbing I

*[Signature]*

**Dr. Joko Susilo, M. Si**

Wakil Dekan I



**Najamuddin Khairur Rijal, S.I.P.,M.Hub.Int.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

*[Signature]*  
**Nasrullah, M.Si.**

# SKRIPSI

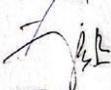
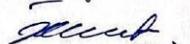
Dipersiapkan dan disusun oleh :

**FARIDZ ALFANSA BHASKARA**  
**201710040311148**

Telah dipertahankan di depan Dewan Pengaji Skripsi  
dan dinyatakan  
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 17 Januari 2024  
Dihadapan Dewan Pengaji

Dewan Pengaji :

1. Isnani Dzuhrina, M. Adv (  )
2. Jamroji, M. Comms (  )
3. Dr. Joko Susilo, M.Si (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Kharun Bjal, S.I.P.,M.Hub.Int.

## LEMBAR PERSETUJUAN

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR	<b>Lembar Persetujuan Skripsi</b>
	<b>Nama</b> : Faridz Alfansa Bhaskara
	<b>NIM</b> : 201710040311148
	<b>Jurusan</b> : Ilmu Komunikasi
	<b>Fakultas</b> : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
	<b>Judul Skripsi</b> : Strategi Komunikasi Pemasaran Seraya Shop Terhadap Daya Tarik Customer

Disetujui,  
Pembimbing



Dr. Joko Susilo, M.Si.  
Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Tambraling 4 Mataram, Nusa Tenggara Barat  
T: +62 362 322 200 (Reception)  
F: +62 362 362 037

Kampus II  
Jl. Bendungan Kalihari No. 100 Mataram, Nusa Tenggara Barat  
T: +62 362 361 551 / 149 (Reception)  
F: +62 362 362 090

Kampus III  
Jl. Raya Tambang No. 100 Mataram, Nusa Tenggara Barat  
T: +62 362 362 410  
E: webmaster@unma.ac.id

## SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini:

Nama Faridz Alfansa Bhaskara

NIM 201710040311148

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul

#### Strategi Komunikasi Pemasaran Seraya Shop Terhadap Daya Tarik Customer

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 4 November 2023

Yang Menyatakan,



Faridz Alfansa B



Kampus I  
Jl. Raya Pemuda No.100 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 561 2022 (Phone)  
E: +62 341 560 021

Kampus II  
Jl. Bendungan Wuluh No.188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 561 1400 (Phone)  
E: +62 341 561 1401

Kampus III  
Jl. Raya Pemuda No.100 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 561 2100 (Phone)  
E: +62 341 561 2101

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XI/2023

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:



Nama : Faridz Alfansa Bhaskara  
No. Induk Mahasiswa : 201710040311148  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Seraya Shop Terhadap Daya Tarik Customer

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapan banyak terima kasih

Malang, 4 November 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, M.Si.



Kampus I  
Jl. Raya Ngawi-Jember Km.10  
P: +62 341 381 202 | F: +62 341 381 400

Kampus II  
Jl. Gajah Mada No.194 Malang - Jawa Timur  
P: +62 341 382 202 | F: +62 341 382 001

Kampus III  
Jl. Jendral Ahmad Yani No.10 Malang - Jawa Timur  
P: +62 341 382 202 | F: +62 341 382 400  
E: [kommunikasi@ummat.ac.id](mailto:kommunikasi@ummat.ac.id)

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

**PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29**

**TENTANG**

**PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN  
DETEKSI PLAGIASI**

**SKRIPSI DENGAN JUDUL**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SERAYA SHOP TERHADAP  
DAYA TARIK CUSTOMER**

Oleh:

Nama : Faridz Alfansa Bhaskara

NIM : 201710040311148

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 4 November 2023

Pembimbing I/Promotor

*[Signature]*

Dr. Joko Susilo, M.Si  
NIP. 10397090342

(\*) Coret yang tidak perlu

Kampus I: Jl. Semeru No. 1 Malang, Jawa Timur  
Telp: +62 341 521 202 (Hunting)  
Faks: +62 341 480 630

Kampus II: Jl. Raya Telaga Rejo No. 140 Malang, Jawa Timur  
Telp: +62 341 464 313 (Hunting)  
Faks: +62 341 463 421  
E-mail: [webmaster@ummatm.ac.id](mailto:webmaster@ummatm.ac.id)

## LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Paridz Alfansa Bhaskara  
NIM : 2017100403111148

Hasil Plagiasi : 3/11 4/11 7/11 8/11

BAB I	12			
BAB II	57	34	27	17
BAB III	26	15		

BAB IV  
BAB V  
BAB VI

3/11			
11			
13			

Malang, 8 November 2023  
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## BERITA ACARA SEMHAS

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

1	Nama	Faridz Alfansa Bhaskara
2	NIM	201710040311148
3	Jurusan	Ilmu Komunikasi
4	Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5	Judul Skripsi	Strategi Komunikasi Pemasaran Seraya Shop Dalam Meningkatkan Daya Tarik Customer
6	Dosen Pembimbing	Dr. Joko Susilo, M.Si
7	Dosen Pengaji 1	Janroji, M.Comms

Seminar Hasil dilakukan secara daring (Online) melalui platform Zoom Meeting dengan link berikut:

<https://us06web.zoom.us/j/81537511184?pwd=maBXduIrRAU6jsLN9i9HENVcegrJ>

ID Rapat: 815 3751 1184  
Kode Sandi: 844656

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Pengaji 1, dan sejumlah 19 Mahasiswa (daftar hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS:

Mengetahui,

Malang, 29 Desember 2023

Dosen Pengaji 1

  
Janroji, M.Comms

Dosen Pembimbing

  
Dr. Joko Susilo, M.Si

Kaprodi / Sek Prodi

  
Nasrullah, S. Sos, M.Si

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

Timestamp	Nama	Program Studi	NIM
15/12/2023 19:04:02	Desi suryandari	Ilmu komunikasi	201710040311353
15/12/2023 19:04:52	Zul Fahmi	Ilmu Komunikasi	201710040311121
15/12/2023 19:06:11	Agrishty Karunia	Ilmu komunikasi	201710040311130
15/12/2023 19:07:27	Alvinatun nadhiroh	Ekonomi pembangunan	201810180311019
15/12/2023 19:09:15	Bayu Prabowo	Ilmu Komunikasi	202010040311590
15/12/2023 19:11:33	Suryo prabowo	Kesejahteraan Sosial	201710030311095
15/12/2023 19:12:29	Teguh Santoso Bagus Pr	Ilmu Komunikasi	201910040311346
15/12/2023 19:12:31	Shopa Rohadatul Aisy	Ilmu Komunikasi	201910040311212
15/12/2023 19:22:03	An Nisa' Alfatihah	Ilmu Komunikasi	201910040311218
15/12/2023 19:33:24	Shabirah PN	Ilmu Komunikasi	201910040311256
15/12/2023 19:34:33	MAHDANIYAH	Ilmu Komunikasi	201910040311221
15/12/2023 19:49:45	Alif Nico Putra Farizy	Ilmu Komunikasi	201910040311363
15/12/2023 20:37:33	Amaliya M	Hubungan Internasional	201710360311063
15/12/2023 20:02:13	Anggun	Ilmu komunikasi	201710040311145
15/12/2023 20:41:19	Nadya Syafira Nurul Izra	Ilmu Komunikasi	201710040311125
15/12/2023 21:28:56	Ashifa Ryan Insam	Manajemen	201710160311053
15/12/2023 23:58:48	Rachmah N N	Ilmu komunikasi	201710040311012
16/12/2023 14:23:04	Fasya Tiara Mcilemia	Ilmu Komunikasi	201910040311226

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Setiap perusahaan harus membuat strategi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar sasarnya. Itu juga harus dapat memasarkan produknya secara efektif dan memiliki ide-ide kreatif untuk mencapai tujuannya sambil meminimalkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Strategi komunikasi pemasaran ini telah disusun dengan matang, kreatif, dan efektif.

Dengan menerapkan pendekatan kualitatif, metode penelitian penulis menunjukkan apa yang terjadi pada Seraya Shop dan apa yang dialami subjek penelitian dalam hal strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik customer. Dari hasil penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran Seraya Shop menggunakan strategi pull yaitu dengan memberikan informasi mengenai produk kepada masyarakat melalui media sosial dan juga kegiatan promosi melalui event dan berkolaborasi dengan toko atau brand lain.

Peneliti menggunakan komunikasi pemasaran terpadu sebagai konsep penelitian untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Seraya Shop dalam meningkatkan daya tarik customer yakni dengan melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan menerapkan SOSTAC dan bauran komunikasi pemasaran meliputi 7P, yaitu Product, Seraya Shop memiliki produknya sendiri yang diberi nama Elongje ada sejak 2012 yang mana kualitasnya bersaing dengan brand lain.

**Kata Kunci:** Komunikasi pemasaran, Strategi pemasaran, Target

Malang, 4 November 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Joko Susilo, M.Si

Penulis



Faridz Alfansa Bhaskara

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul "**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SERAYA SHOP TERHADAP DAYA TARIK CUSTOMER**" maksud dari penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama menyusun Tugas Akhir ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga saya dapat dengan lancar menyusun Tugas Akhir Karya ini.
2. Orang tua saya tercinta, Ibu Esti Wening Rahayu yang telah banyak memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis baik secara moril maupun materil sehingga Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Kepada Eyang (Kakek) Poernomo dan Almh Eyang (Nenek) Dewi Partodihardjo, serta keluarga besar yang senantiasa memberikan doa serta dukungan semangat kepada penulis.
4. Drs. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si. selalu Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Nasrullah, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak Dr. Joko Susilo, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, membantu, memberikan dukungan penuh, dan mengarahkan penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
8. Seluruh Dosen, staff dan karyawan Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dan teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 yang telah memberikan momen dan kesan yang berharga dalam hidup penulis

Malang, 13 Januari 2024

Faridz Alfansa Bhaskara

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>III</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>IV</b>
<b>SURAT KETERANGAN .....</b>	<b>V</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....</b>	<b>VI</b>
<b>LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI.....</b>	<b>VII</b>
<b>BERITA ACARA SEMHAS.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL .....</b>	<b>IX</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>X</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XV</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 LANDASAN TEORI .....	8
2.1 1 <i>Strategi</i> .....	8
2.1 2 <i>Karakteristik Strategi</i> .....	11
2.1 3 <i>Dimensi Strategi</i> .....	12
2.1 4 <i>Strategi Komunikasi</i> .....	12

2.1.5	<i>Komunikasi Pemasaran</i> .....	15
2.1.6	<i>Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Analisis SOSTAC</i> .....	23
2.1.7	<i>Daya Tarik Customer</i> .....	25
2.2	PENELITIAN TERDAHULU .....	30
2.3	KERANGKA PEMIKIRAN.....	32
<b>BAB III.....</b>		<b>34</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>34</b>
3.1	PENDEKATAN PENELITIAN .....	34
3.2	JENIS PENELITIAN.....	35
3.3	WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN .....	35
3.4	SUBJEK PENELITIAN .....	35
3.5	SUMBER DATA .....	36
3.6	TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	36
3.7	TEKNIK ANALISIS DATA.....	37
3.8	TEKNIK KEABSAHAN DATA .....	38
<b>BAB IV.....</b>		<b>40</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>40</b>
4.1	DESKRIPSI OBJEK .....	40
4.1.1	<i>Struktur Seraya Shop</i> .....	40
4.1.2	<i>Visi Dan Misi</i> .....	41
4.2	HASIL PENELITIAN .....	42
4.2.1	<i>Profil Subjek Dan Informan</i> .....	43
4.2.2	<i>Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Analisis SOSTAC</i> .....	44
4.2.3	<i>Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran</i> .....	49
4.2.4	<i>Strategi menambah daya tarik customer pada Seraya Shop</i> .....	50
4.2.5	<i>Faktor Pendukung Pada Seraya Shop guna menambah daya tarik customer</i> .....	55
4.3	PEMBAHASAN.....	62
<b>BAB V .....</b>		<b>67</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>67</b>
5.1	KESIMPULAN .....	67

5.2 SARAN .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN DOKUMENTASI WAWANCARA.....</b>	<b>71</b>



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2 1 <i>Bagan kerangka pemikiran strategi komunikasi pemasaran Seraya Shop dalam menambah daya tarik pelanggan.....</i>	32
Gambar 4 1 <i>Bagan Struktur Seraya Shop .....</i>	40
<i>Gambar 4 2 Produk yang ada di Seraya Shop .....</i>	56
<i>Gambar 4 3 Tampak depan Seraya Shop .....</i>	57
<i>Gambar 4 4 Harga di marketplace .....</i>	59
<i>Gambar 4 5 Tampilan Media sosial Seraya Shop .....</i>	60



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Effendy, Onong Uchjana. (2005). Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Griffin, J. (2003). Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: Airlangga.
- Moleong, L.J. (2005). Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kasiram, M. (2008). Metodologi Penelitian: Kualitatif – Kuantitatif. IUN Malang Press.
- Morissan. (2010). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Penerbit Kencana.
- Prisgunanto, Ilham. 2014. Komunikasi Pemasaran Era Digital. Jakarta: Prinsani Cendikia
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Komunikata* 57, 1(1), 50–59. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.119>
- Ardianata, S. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM REBRANDING MAL PEKANBARU PADA BRAND “HANDPHONE, IT, AND FASHION CENTER”. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(1), 1-14.