

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CINEMA XXI SELAMA PANDEMI COVID-19 UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENONTON DI KOTA MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



**Oleh:**

**Hafidha Nastiti**

**201710040311068**

**Dosen Pembimbing:**

**Nurudin, S. Sos., M. Si.**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CINEMA XXI SELAMA PANDEMI  
COVID-19 UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENONTON DI KOTA  
MALANG**

Diajukan Oleh :

**HAFIDHA NASTITI**

201710040311068

Telah disetujui

*Jumat / 19 Juli 2024*

Pembimbing I



**Nurudin, S. Sos., M. Si.**

Wakil Dekan



**Najamuddin Khairur Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

**Nasrullah, M.Si.**

## LEMBAR PENGESAHAN

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Hafidha Nastiti**  
**201710040311068**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

**LULUS**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi

Jumat, 19 Juli 2024

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.** (  )
2. **Arum Martikasari, M.Med.Kom.** (  )
3. **Nurudin, S.Sos., M.Si.** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Muaiyir Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Hafidha Nastiti  
No. Induk Mahasiswa : 201710040311068  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Film Cinema XXI Selama Pandemi COVID-19 Terhadap Minat Penonton Di Kota Malang

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

Malang, 16 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Nurudin, S.Sos., M.Si.








**Kampus I**  
J. Bembung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 251 252 (Pusat)  
F. +62 341 400 435

**Kampus II**  
J. Bembungan Sutanji No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 221 142 (Pusat)  
F. +62 341 582 001

**Kampus III**  
J. Raya Tugu No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Pusat)  
F. +62 341 400 435  
E. webmaster@umm.ac.id



## SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  FISIP UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  LIMPASTI LABORATORIUM INTEGRASI PENGALAMAN STAGIUS INTELEKTUAL	<b>SURAT KETERANGAN</b>	
	Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)	
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:	
	NAMA	: Hafidha Nastiti
NIM	: 201710040311068	
Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester ..... () tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan <b>BEBAS KULIAH</b>		
Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.		
Malang, (6 Juli 2024		
a.n Dekan		
Ketua Program Studi		
		
Nasrullah, S.Sos, M.Si.		
		
<b>Kampus I</b> Jl. Rungkut 1 Malang Jawa Timur P. +62 341 521 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sisono No. 188 Malang Jawa Timur P. +62 341 521 140 (Hunting) F. +62 341 583 060	<b>Kampus III</b> Jl. Raya Tugu No. 240 Malang Jawa Timur P. +62 341 462 218 (Hunting) F. +62 341 483 435 E. webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



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/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FILM  
CINEMA XXI SELAMA PANDEMI COVID-19 TERHADAP MINAT PENONTON DI KOTA  
MALANG

Oleh:

Nama : Hafidha Nastiti

NIM : 201710040311068

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang,.....Juli 2024

Pembimbing I/Promotor

Nurudin, S.Sos., M.Si.

NIP.10397060341

(\*) Coret yang tidak perlu




Kampus I  
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 690 435


Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 142 (Hunting)  
F: +62 341 562 060

Kampus III  
Jl. Raya Togomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 450 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


**UMM**  
UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

**Lembar Persetujuan Skripsi**

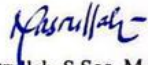
  
**UMMPASTI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


Nama : Hafidha Nastiti  
NIM : 201710040311068  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Film Cinema XXI Selama Pandemi COVID-19 Terhadap Minat Penonton Di Kota Malang

Disetujui,  
Pembimbing

  
Nurudin, S.Sos., M.Si.

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
Nasrullah, S.Sos., M.Si.

  
STAGS

**Kampus I**  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 860 435

**Kampus II**  
Jl. Bendaungun Sutemi No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 587 060

**Kampus III**  
Jl. Raya Tugomas No 260 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 403 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Hafidha Nastiti  
NIM : 201710040311068  
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 Film Cinema XXI Selama Pandemi COVID-19 Terhadap Minat Penonton Di Kota Malang

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, Juli 2024.

Mengatakan,  
  
METERAI TEMPEL  
10000  
8C08FALX238976674  
Hafidha Nastiti



Kampus I  
Jl. Sekeloa I Malang, Jawa Timur  
P +62 341 551 253 (Pusat)  
F +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutan No 158 Malang, Jawa Timur  
P +62 341 551 149 (Pusat)  
F +62 341 552 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 249 Malang, Jawa Timur  
P +62 341 464 318 (Pusat)  
F +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id



## BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

### BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini, Selasa, 5 April 2022

Telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi oleh :

Nama Peneliti	Hafidha Nastiti
NIM	201710040311068
Jurusan	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Proposal	Strategi Komunikasi Pemasaran Film Sinema XXI Selama Pandemi COVID-19 Terhadap Minat Penonton Di Kota Malang
Dosen Pembimbing	Nurudin, S.Sos., M.Si.
Dosen Penguji	Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.

Dihadiri oleh :

1. Dosen Pembimbing : Nurudin, S.Sos., M.Si.
2. Dosen Penguji : Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.
3. Dan sejumlah 15 Mahasiswa (presentasi terlampir)

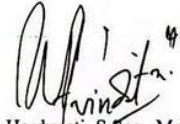
Penyajian dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Dosen Pembimbing



Nurudin, S.Sos., M.Si.

Malang, 15 Juli 2024  
Dosen Penguji



Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.

Mengetahui,  
Kaprosdi/Sekprodi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S. Sos, M. Si

## DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL

### DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL

1.	Vinny Alvionita	201710040311060
2.	Achmad Nova Dwi Putra	201810040311288
3.	Alvin Rayhan Mahardhika	201810040311295
4.	Wulansari	201810040311300
5.	Alethea Sugiharto Wijaya	201810040311446
6.	Chaidar Abdul Karim U. Kadir	201810040311268
7.	Hafidha Nastiti	201710040311068
8.	Ikha Putrilia Setiowati	201710040311146
9.	Mega Annisa Ni'mais	201710040311181
10.	Nadia Syaffa Kamila	201810040311066
11.	Rahmat Saputra	201810040311257
12.	Raka Yoranda	201810040311312
13.	Yashinta Noesa Delita	201810040311082
14.	Siti Hamrah	201810040311283
15.	Teddy Rahmansyah Rizky Yuwono	201910040311383

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



Nurudin, S.Sos., M.Si.

Malang, 15 Juli 2024  
Dosen Penguji



Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.

# TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI** Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Hafidha Nastiti  
NIM : 201710040311068

Hasil Plagiasi: <sup>18/7</sup> / 7

BAB I	20			
BAB II	10			
BAB III	12			

<sup>18/7</sup>

BAB IV	4			
BAB V	14			
BAB VI				

Malang, 18 Juli 2024

Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki

CS Dipindai dengan CamScanner



## ABSTRAK

### ABSTRAK

Hafidha Nastiti, 201710040311068

**Strategi Komunikasi Pemasaran Film Cinema XXI Selama Pandemi COVID-19 Terhadap Minat Penonton Di Kota Malang (Studi Pada Cinema XXI Transmart Malang)**

**Pembimbing : (I) Nurudin, S. Sos., M. Si.**

**Kata kunci: strategi, komunikasi pemasaran, bioskop, pandemi.**

Pandemi COVID-19 menimbulkan dampak pada berbagai sektor usaha yang ada di Indonesia. Hal ini pun berdampak pada bioskop yang ada di Indonesia di mana bioskop-bioskop yang ada di Indonesia harus tutup selama beberapa waktu tertentu dikarenakan adanya kebijakan protokol kesehatan yang ketat. Setelah beberapa waktu berjalan, bioskop-bioskop yang ada di Indonesia dapat beroperasi kembali setelah adanya kebijakan baru dari Pemerintahan di mana bioskop-bioskop dapat beroperasi kembali dengan memperhatikan aturan-aturan yang ada. Hal ini juga dirasakan oleh Cinema XXI Transmart Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Cinema XXI Transmart Malang serta tantangan yang dihadapi dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran selama pandemi COVID-19. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Cinema XXI Transmart Malang telah menerapkan strategi komunikasi pemasaran melalui penjualan personal, promosi penjualan dan iklan. Strategi komunikasi pemasaran telah dilaksanakan sesuai tahapan yang ada. Akan tetapi, Cinema XXI Transmart Malang masih memiliki kekurangan di mana media untuk menerapkan komunikasi pemasaran belum beragam.

Malang, 17 Juli 2024

Menyetujui  
Dosen Pembimbing



**Nurudin, S. Sos., M. Si.**

Peneliti



**Hafidha Nastiti**



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Cinema XXI Selama Pandemi COVID-19 Untuk Meningkatkan Jumlah Penonton Di Kota Malang", sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Dekan : Dr. Muslimin Machmud, M.Si.
2. Dosen wali sekaligus pembimbing skripsi : Nurudin, S.Sos., M.Si.
3. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
4. Orang tua : Teguh Haryono (Ayah) dan Yenie Faridha (Ibu)
5. Kakek Nenek : Sadjuri (Kakek) dan Partiwi (Nenek)
6. Suami : Brian Farel Yufidatama
7. Anak : Alana Hameeza
8. Adik : Wildan Abhista Haryono
9. Sahabat sahabat tercinta

Penulis menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan dalam penulisan karya ini, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca. Demikian

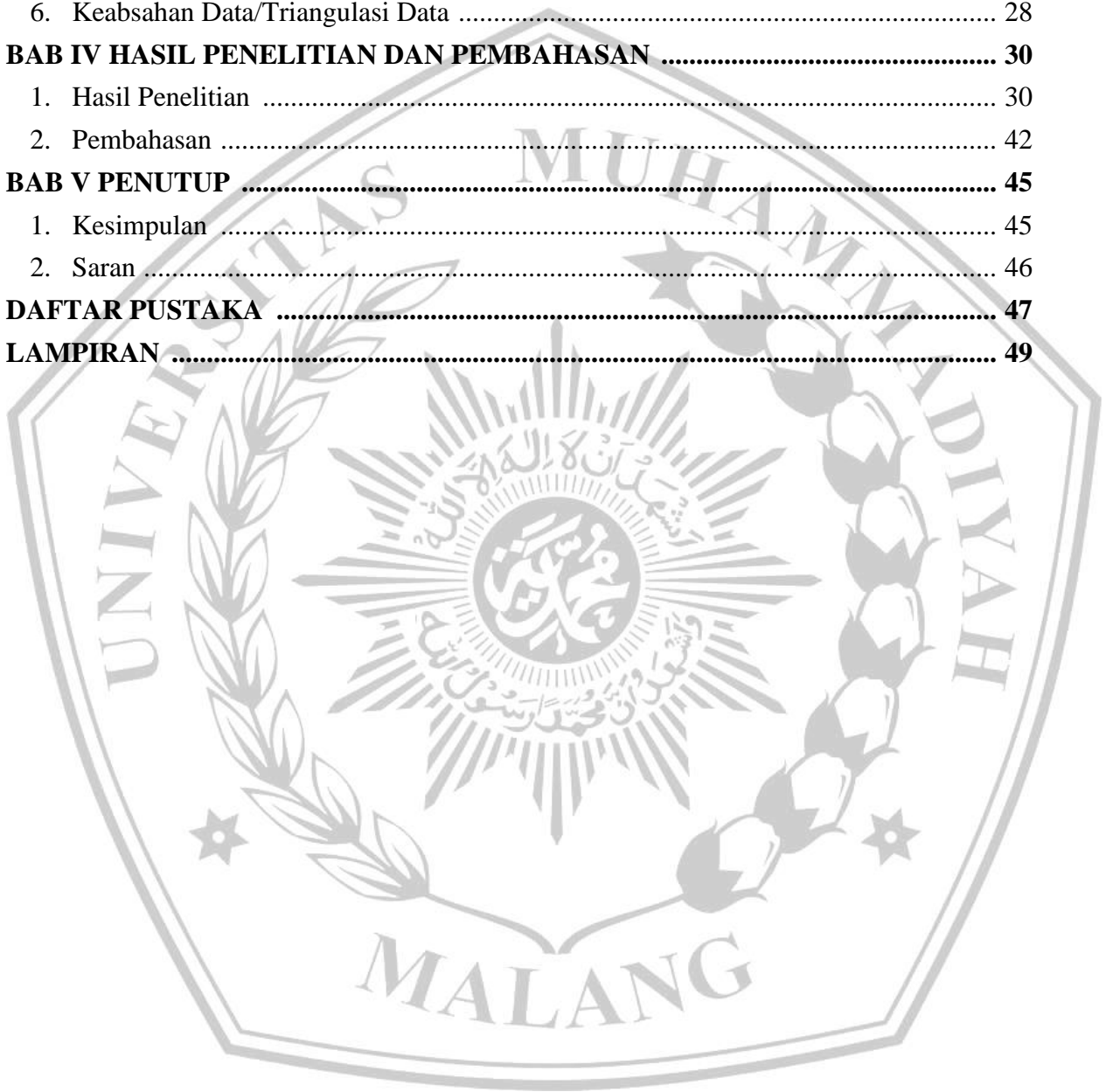
penulis sampaikan, semoga karya ini dapat bermanfaat bagi peneliti lain dan pembaca.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>vii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL .....</b>	<b>x</b>
<b>TANDA TERIMA PLAGIASI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1. Latar Belakang .....	1
2. Batasan dan Rumusan Masalah .....	5
2. 1 Batasan Masalah .....	5
2. 2 Rumusan Masalah .....	5
3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
3. 1 Tujuan Penelitian .....	6
3. 2 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
1. Uraian Teori .....	8
1. 1 Strategi Pemasaran .....	8
1. 2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	12
1. 3 Unsur Komunikasi Pemasaran .....	16
2. Penelitian Terdahulu .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian .....	22

2. Populasi dan Sampel .....	22
3. Subjek Penelitian .....	23
4. Teknik Pengumpulan Data .....	24
5. Teknik Analisis Data .....	25
6. Keabsahan Data/Triangulasi Data .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
1. Hasil Penelitian .....	30
2. Pembahasan .....	42
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>45</b>
1. Kesimpulan .....	45
2. Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>49</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Sumber dari <a href="http://www.COVID19.kemendes.go.id">www.COVID19.kemendes.go.id</a> .....	1
Gambar II.1 Unsur-unsur komunikasi Pemasaran .....	24



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Bukti Wawancara ..... 54



## DAFTAR PUSTAKA

- Debora, L., & Susanto, E. H. Strategi Pemasaran dalam Bentuk Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Deskriptif: CGV Cinemas–Central Park. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(1), 08-13.
- Desi Permatasari (2021). “Kebijakan COVID-19 Dari PSBB Hingga PPKM Empat Level”. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/kebijakan- COVID-19-dari-psbb-hingga-ppkm-empat-level>. Diakses 20 September 2021.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: ZAHIR Publishing.
- Firmansyah, M. A., & SE, M. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: Qiara Media.
- Halik, A. (2018). Paradigma kritik penelitian komunikasi (pendekatan kritis- emansipatoris dan metode etnografi kritis). *Jurnal Tabligh*, 19(2), 162-178.
- Husni, M. A., & Wardhana, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Tokopedia Di Indonesia. *EProceedings of Management*, 8(2).
- Janah, F. N., Wahyuningsih, G., & Pusparini, M. D. (2019). Strategi Promosi Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Islam. *At-thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 1(1), 85-100.
- Kementerian Kesehatan (2021). “Peta Sebaran Transmisi Lokal Dan Wilayah Terkonfirmasi”. <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/dashboard/COVID-19>. Diakses 20 September 2021.
- Muhani, M., Karyatun, S., Hardini, R., & San Sabilah, H. (2020). Strategi Pemasaran Selama Masa Pandemi COVID-19.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. Solo: Cakra Books.
- Rofi’ah, S. E. Pengaruh Shopping Lifestyle, E-Service Quality, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Tokopedia (Studi pada Generasi Z).
- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.

Suminar, J. R., Soemirat, S., & Ardianto, E. Dasar-dasar Komunikasi Organisasional: Pengertian, Ruang Lingkup, dan Peranan Komunikasi.

Vega, A., Putry, D. N., Azima, F., Wulandari, T., & Sari, D. P. P. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Tokopedia di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3249-3254.

Yudhapramesti, P., Srimulyani, H., & Zulfan, I. (2019). Dinamika Proses Komunikasi dan Transfer Informasi Kesehatan pada Pengelolaan Tanaman Toga. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8(1): 53-63.

