



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN *PRODUCT KNOWLEDGE* TENTANG
METODE *SELF PHOTO STUDIO***

(Studi Pada Studio Moment Maker Surabaya)

SKRIPSI

Oleh:

Dimas Aulia Yusuf Rahmansyah

NIM: B05218007

Dosen Pembimbing:

Muchlis, S.Sos.I, M.Si

NIP: 197911242009121001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA 2024**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Aulia Yusuf Rahmansyah

NIM : B05218007

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul ***Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Product Knowledge Tentang Metode Self Photo Studio*** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 30 Desember 2024

Yang membuat pernyataan



Dimas Aulia Yusuf Rahmansyah
NIM. B05218007

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Dimas Aulia Yusuf Rahmansyah
NIM : B05218007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam
Meningkatkan *Product Knowledge*
Tentang Metode *Self Photo Studio* (Studi
Pada Studio Moment Maker)

Proposal skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 30 Desember 2024
Menyetujui
Pembimbing,



Muchlis, S.Sos.I, M.Si
NIP. 197911242009121001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PRODUCT KNOWLEDGE TENTANG METODE SELF PHOTO STUDIO

SKRIPSI

Disusun oleh
Dimas Aulia Yusuf Rahmansyah
B05218007

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu

Pada tanggal 30 Desember 2024

Tim Penguji

Penguji I



Muchlis, S.Sos.I, M.Si
NIP. 197911242009121001

Penguji II



Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si
NIP. 197312171998032002

Penguji III



Dr. Imam Maksum M. Ag
NIP. 197306202006041001

Penguji IV



Dr. Fikry Zahria Emeraldien, S.I.Kom.,
M.A.
NIP. 198908282020122016

Surabaya, 30 Desember 2024

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. Muchlis Hamzah, S.Ag., M.Fil.I.
NIP. 1977110171998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dimas Aulia Yusuf Rahmansyah
NIM : B05218007
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : dimasaulyusuf@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN *PRODUCT KNOWLEDGE* TENTANG METODE *SELF PHOTO STUDIO*

(Studi Pada Studio Moment Maker Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Agustus 2025

Penulis

(Dimas Aulia Yusuf Rahmansyah)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Dimas Aulia Yusuf Rahmansyah, NIM B05218007, 2024.
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PRODUCT KNOWLEDGE TENTANG
METODE SELF PHOTO STUDIO (Studi Pada Studio Moment
Maker Surabaya)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Studio Moment Maker Surabaya dalam meningkatkan *product knowledge* tentang metode *self photo studio*. *Self photo studio* merupakan tren fotografi modern yang memberikan pengalaman unik bagi pelanggan dengan memberikan kebebasan penuh dalam mengambil foto secara mandiri di dalam studio yang telah dilengkapi dengan peralatan profesional.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta studi dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi manajemen Studio Moment Maker, tim pemasaran, serta pelanggan yang pernah menggunakan layanan *self photo studio*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Studio Moment Maker adalah Segmentasi, target pasar dan penentuan posisi.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Pemasaran, Product Knowledge, Self Photo Studio, Studio Moment Maker*

ABSTRACT

Alfina Arifiyanti, NIM B95218097, 2023. *MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN IMPROVING PRODUCT KNOWLEDGE ABOUT SELF PHOTO STUDIO METHOD (Study at Moment Maker Studio Surabaya)*

This study aims to analyze the marketing communication strategy used by Moment Maker Studio Surabaya in increasing product knowledge about the self photo studio method. Self photo studio is a modern photography trend that provides a unique experience for customers by giving full freedom to take photos independently in a studio that has been equipped with professional equipment.

The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, direct observation, and documentation studies. Informants in this study include the management of Moment Maker Studio, the marketing team, and customers who have used the self photo studio service. The results of the study indicate that the components of the marketing communication strategy implemented by Moment Maker Studio are Segmentation, target market and positioning.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Moment Maker Studio, Product Knowledge, Self Photo Studio.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Konsep	5
BAB II	9
A. Kajian Pustaka	9
B. Kajian Teori	17
C. Kerangka Pikir Penelitian	21
D. Komunikasi Pemasaran dalam Perspektif Islam	22
E. Penelitian Terdahulu	25
BAB III	29
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	29
C. Jenis dan Sumber Data	30
D. Tahap-Tahap Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Validitas Data	33

G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV	36
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	36
B. Penyajian Data	43
a. Pemasaran Langsung (<i>face to face</i>).....	44
b. Sponsorship	45
d. Hubungan Masyarakat	55
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
1. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Perspektif Teoritis	56
2. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Perspektif Islam	61
BAB V.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	65
C. Keterbatasan Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

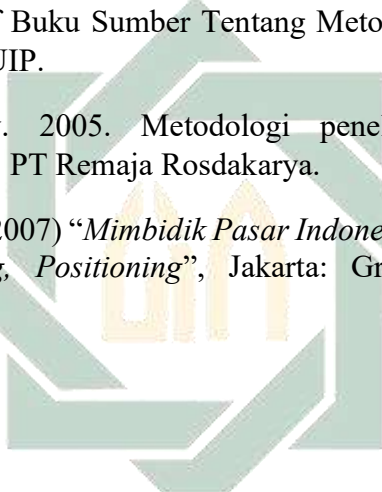
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat, Fathoni. 2005. Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta: Rineka Cipta
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). *Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran*. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(1), 34–42.
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. EJournal Ilmu Komunikasi, 5(1), 13-23.
- Ariesto H. Sutopo. 2012. Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Assauri, S. 2017. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Aw, Suranto. 2011. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bisma, M. A. (2018). *Analisis Formulasi Strategi untuk Social Media Influencer di Instagram dengan Pendekatan TOWS Matrix (Studi Kasus: @ Dagelan)*. Isei Business And Management Review, 11(1), 25–31.
- Bisma, M. A., & Pramudita, A. S. (2019). *Analisa Minat Pembelian Online Konsumen pada Saluran Distribusi Digital Marketplace Online di Kota Bandung*. Competitive, 14(2), 36–44.

- Chang, William. 2014. Metodologi Penulisan Ilmiah. Jakarta : Erlangga
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Doni Juni Priansah. (2017) “*Komunikasi Pemasaran Terpadu*”, Bandung: Pustaka Seta
- Effendy, O Uchjana. 2008. Dinamika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- For E-Newspaper In Indonesia (Case Study Pikiran Rakyat)*. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 20(1), 15–31.
- John E Kennedy dan Soemanagara. 2011, “*Marketing Communications, Taktik, dan Strategi*”, Jakarta: PT Buana Ilmu Populer
- Kotler & Keller. (2011). Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 1, Terjemahan (Molan Benyamin). Indonesia: PT. Indeks.
- Kotler, & Keller.2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. Teknik praktis riset komunikasi:disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran. Jakarta:Kencana.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi:CV Al Fath Zumar.

- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta
- Miles dan Huberman. 2014. Qualitative Data Analysis. America: SAGE Publications
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru. Jakarta: UIP.
- Moelong, Lexy. 2005. Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rhenal Kasali. (2007) "*Mimbidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning*", Jakarta: Gramedia Pustaka Umum



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A