



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JASA KOMUNITAS  
TIGA DEWA PADA AKUN INSTAGRAM  
@TIGADEWAADVENTUREINDONESIA**

**SKRIPSI**

**Dio Fahrel Dakar  
203516516158**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF THREE  
DEWA COMMUNITY SERVICES ON INSTAGRAM  
ACCOUNT @TIGADEWAADVENTUREINDONESIA**

**THESIS**

Submitted as One of The Requirements for Obtaining a Bachelor of  
Communication Science (S.I.Kom)

**Dio Fahrel Dakar  
203516516158**

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE  
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM  
JANUARY 2024**

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dio Fahrel Dakar  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516158  
Konsentrasi Studi : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI  
PEMASARAN JASA KOMUNITAS  
TIGA DEWA PADA AKUN  
INSTAGRAM  
@TIGADEWADVENTUREINDONESIA  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata  
Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan.

Jakarta, 29 Januari 2024

Dosen Pembimbing,

Dr. Anita Rosana, B.A, M.A



Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djulijar Luciana Radjaguguk, S.Sos. M.Si

## SURAT PENGESAHAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU  
POLITIK UNIVERSITAS NASIONAL

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dio Fahrel Dakar  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516158  
Konsentrasi Studi : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI  
PEMASARAN JASA KOMUNITAS TIGA  
DEWA PADA AKUN INSTAGRAM  
@TIGADEWAADVENTUREINDONESIA  
Diajukan Untuk : Memenuhi sebagian dari syarat – syarat  
guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik, Universitas Nasional  
Disetujui untuk disahkan  
Jakarta, 01 Maret 2024

Dosen Pembimbing

Dekan, FISIP

Dr. Anita Rosana, B.A, M.A.

  

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

## HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Dio Fahrel Dakar  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516158  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JASA  
KOMUNITAS TIGA DEWA PADA AKUN  
INSTAGRAM  
@TIGADEWAADVENTUREINDONESIA

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1. Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.  
Penguji 1 : Dra. Masnah, M.Si.  
Penguji 2 : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.

(...  
(...  
(...)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4/3/2024

**HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**



**Nama: Dio Fahrel Dakar**

**NPM: 203516516158**

**Tanda Tangan:**

**Tanggal: 30 Januari 2024**





FORMULIR 4  
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dio Fahsel Dakar  
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516158  
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Public Relation)  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
JASA TIGA DEWA PADA AKUN INSTAGRAM @TIBADEWA  
ADVENTURE INDONESIA

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 26 februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 1 Maret 2024

Ketua Sidang : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos, M.Si

Penguji I : Dra. Masriah, M.Si

Penguji II : Dr. Anita Rosana, BA, M.A

Keterangan:

\*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Komunitas Tiga Dewa Pada Akun Instagram @tigadewaadventureindonesia

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- a) Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
- b) Dr. Ernawati Chotim, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
- c) Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional akademik keuangan
- d) Dr. Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bidang Kemahasiswaan, Kerja Sama dan Sumber Daya Manusia
- e) Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
- f) Nursatyo S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
- g) Dr. Anita Rosana, B.A, M.A. Selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan, ilmu dan meluangkan waktu tenaga, dan kesabaran beliau selama melakukan proses bimbingan.
- h) Romika Junaidi, S.I.Kom., M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membantu selama masa perkuliahan



- i) Seluruh Dosen Universitas Nasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama melakukan perkuliahan
- j) Staff Sekretariat Universitas Nasional yang telah membantu penulis dalam pengurusan administrasi akademik penulis.
- k) Pihak Tiga Dewa Adventure Indonesia yang sudah bersedia membantu penulis dalam usaha memperoleh informasi yang penulis perlukan serta
- l) Teruntuk Ibu saya, Ibu Elvi Nurmalasari yang telah senantiasa mendidik, membesarkan, memberikan perhatian serta dukungan kepada penulis dengan penuh kesabaran dan selalu mendoakan penulis.
- m) Teman – teman saya, grup pasti lulus 100%, Tajuddin, Rezi, Johan, Haikal, Rifqi yang sudah saling memberi *support* dan semangat dalam mengerjakan penelitian ini.
- n) Teman-teman saya, Natasya, Sepa, Fahri, Alfi, Dhani, Shafa, Nirma, Erland, Anjas, Gamma, Dhika, Ilham
- o) Serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik moril maupun materil kepada penulis yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Jakarta, 29 Januari 2024



Dio Fahrel Dakar

## ABSTRAK

Nama : Dio Fahrel Dakar  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
JASA KOMUNITAS TIGADEWA PADA  
AKUN INSTAGRAM  
@tigadewaadventureindonesia  
Pembimbing : Dr Anita Rosana BA., MA

Tiga Dewa Adventure Indonesia merupakan pelaku usaha yang bergerak dalam bidang jasa pariwisata, yaitu pendakian gunung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran jasa komunitas tiga dewa pada akun Instagram @tigadewaadventureindonesia. Dalam komunikasi pemasaran jasa, Tiga Dewa Adventure Indonesia menerapkan konsep pemasaran yaitu Bauran Pemasaran (*marketing mix*) 7p yaitu *product, price, place, promotions, people, process, physical evidence*. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan menggunakan triangulasi sumber. Tiga Dewa Adventure Indonesia adalah komunitas bisnis jasa yang menggunakan Instagram untuk mempromosikan jasanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik pengguna Instagram yang dilakukan oleh Tiga Dewa Adventure Indonesia perlu dilakukan perencanaan strategi komunikasi pemasaran dan menganalisis target pasar, serta menerapkan bauran promosi seperti *advertising, personal selling, public relation, direct marketing, dan sales promotion*. Kesimpulan pada penelitian ini adalah konsep bauran pemasaran yang diterapkan oleh tiga dewa adventure Indonesia cukup baik dan membuat tiga dewa adventure Indonesia dapat berkembang dan dikenal oleh publik, khususnya para pendaki.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Promosi, Bauran Pemasaran  
7p

## ABSTRACT

Name : Dio Fahrel Dakar  
Study Program : Communication Science  
Tittle : TIGADEWA COMMUNITY SERVICES  
MARKETING COMMUNICATION  
STRATEGY ON INSTAGRAM ACCOUNT  
@tigadewaadventureindonesia  
Counsellor : Dr Anita Rosana BA., MA

Tiga Dewa Adventure Indonesia is a business actor operating in the field of tourism services, namely mountain climbing. The aim of this research is to determine and analyze the marketing communication strategy for Tiga Dewa Community Services on the Instagram account @tigadewaadventurindonesia. In service marketing communications, Tiga Dewa Adventure Indonesia applies the marketing concept, namely the 7p Marketing Mix, namely product, price, place, promotion, people, process, physical evidence. This research method uses a qualitative research method with a qualitative descriptive approach. Data collection techniques used in this research were interviews, observation and documentation. The data validity technique in this research uses a credibility test using source triangulation. Tiga Dewa Adventure Indonesia is a service business community that uses Instagram to promote its services. The results of the research show that in carrying out a marketing communication strategy aimed at increasing the attractiveness of Instagram users carried out by Tiga Dewa Adventure Indonesia, it is necessary to plan a marketing communication strategy and analyze the target market, as well as apply a promotional mix such as advertising, personal sales, public relations, direct marketing, and sales promotions. The conclusion of this research is that the marketing mix concept applied by the three Indonesian adventure gods is quite good and allows the three Indonesian adventure gods to develop and be known by the public, especially climbers.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Promotional Mix, 7p Marketing Mix

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS .....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11
2.2. Kerangka Konsep .....	17
2.2.1. Komunitas.....	17
2.2.2. Instagram.....	17
2.2.3. Pengertian Strategi .....	19
2.2.4. Pengertian Strategi Komunikasi .....	20
2.2.5. Pengertian Pemasaran.....	22
2.2.5.1 Media Pemasaran .....	22
2.2.6. Komunikasi Pemasaran .....	24
2.2.7 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	28
2.3. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) .....	32
2.4. Bauran Promosi (promotional mix).....	39
2.5. Kerangka Pemikiran .....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	42
3.2. Pendekatan Penelitian.....	42
3.3. Penentuan Informan .....	43
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	44

3.6.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	45
3.7.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>48</b>
4.1.	Gambaran Umum.....	48
4.1.1.	Tiga Dewa Adventure Indonesia.....	48
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan .....	49
4.1.3.	Logo Tiga Dewa Adventure .....	49
4.1.4.	Struktur Organisasi .....	50
4.2.	Profil Informan.....	50
4.3.	Media Sosial Tiga Dewa Adventure Indonesia .....	53
3.3.1	Instagram Tiga Dewa Adventure Indonesia .....	53
4.4.	Hasil Penelitian .....	54
4.5.	Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Komunitas Tiga Dewa Adventure Indonesia Pada Akun Instagram @tigadewaadventureindonesia	57
4.5.1	Perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Tiga Dewa .....	57
4.5.2	Langkah-langkah strategi komunikasi pemasaran tiga dewa di Instagram.....	60
4.5.3	Keterlibatan Anggota Komunitas Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran .....	65
4.6.	Merancang Pesan .....	70
4.7.	Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ) 7p Tiga Dewa Adventure Indonesia .....	72
4.8.	Pembahasan .....	88
<b>BAB V.....</b>		<b>92</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>92</b>
5.1.	Kesimpulan .....	92
5.2.	Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Social Network Platforms In Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna Instagram di Indonesia Sep-Apr 2023 .....	3
Gambar 1. 3 Konten reels Instagram Tiga Dewa Adventure Indonesia.....	7
Gambar 4. 1 Beranda Instagram Jadwal Trip Tiga Dewa .....	54
Gambar 4. 2 Postingan Tiga Dewa Adventure Indonesia .....	62
Gambar 4. 3 Postingan Instagram @tigadewaadventureindonesia.....	64
Gambar 4. 4 Jadwal trip tiga dewa.....	64
Gambar 4. 5 Konten Tiga Dewa Adventure Indonesia .....	67
Gambar 4. 6 Postingan Tiga Dewa Adventure Indonesia .....	68
Gambar 4. 7 <i>Highlight story</i> tiga dewa adventure Indonesia.....	71
Gambar 4. 8 <i>Story</i> Tiga dewa adventure Indonesia.....	72
Gambar 4. 9 Postingan Jadwal trip tiga dewa .....	75
Gambar 4. 10 Postingan Tiga dewa adventure Indonesia .....	81