



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TEMPO
WORKONVEKSI DALAM MENARIK MINAT PENGGUNA JASA**

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.IKom)**

Mijiel Catur Siamsyah

NPM: 183112351650510

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



UNIVERSITAS NASIONAL

**TEMPO WORKONVEKSI MARKETING COMMUNICATION
STRATEGY IN ATTRACTING THE INTEREST OF SERVICE
USERS**

Skripsi

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the
Bachelor's Degree**

Mijiel Catur Siamyah

NPM: 183112351650510

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION SCIENCES

JAKARTA

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TEMPO
WORKONVEKSI DALAM MENARIK MINAT PENGGUNA JASA**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.IKom)

Mijiel Catur Siamsyah

NPM: 183112351650510

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

JANUARI

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS



**UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tanda tangan dibawah ini :

Nama : Mijiel Catur Siamasyah
NPM : 183112351650510
Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Tempo Workonveksi Dalam Menarik Minat Pengguna Jasa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 6 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Mijiel Catur Siamasyah

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Mijiel Catur Siamasyah
NPM : 183112351650510
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Tempo Workonveksi
Dalam Menarik Minat Pengguna Jasa

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang : Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si.

Pembimbing : R. Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv.

Penguji 1 : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

Ditetapkan di : UNIVERSITAS NASIONAL

Tanggal : 6 MARET 2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mijiel Catur Siamasyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650510
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Tempo Workonveksi
Dalam Menarik Minat Pengguna Jasa

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 6 Maret 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 6 Maret 2024

Ketua Sidang : Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si.

Penguji I : Djudjur Luciana R., S.Sos., M.S.

Penguji II : R. Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv.

Keterangan :

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



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

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mijiel Catur Siamyah
NPM : 183112351650510
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentras : Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Tempo Workonveksi Dalam
Menarik Minat Pengguna Jasa
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 6 Maret 2024

Dosen Pembimbing,

R. Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv.

Dekan,

Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Mijiel Catur Siamсыah
NPM : 183112351650510
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Tanggal Sidang : 2 Maret 2024


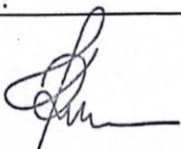

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA Indonesia

Strategi Komunikasi Pemasaran Tempo Workkonveksi Dalam Menarik Minat Pengguna Jasa

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

Tempo Workkonveksi's Marketing Communication Strategy to Attract the Interest of Service Users

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL :	TGL :	TGL :
 R. Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv.	 Djudjuy Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si.	 Mijiel Catur Siamсыah



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP/GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Mijiel Catur Siamisyah
NPM : 183112351650510
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Tempat, Tgl. Lahir : Jakarta, 17 Desember 1999
Alamat Rumah : Jl. Bakti Komplek Marinir Cilandak No.Y01
RT 07/RW 05, Kecamatan Pasar Minggu
Jakarta Selatan
Telepon Rumah :
Telepon Kantor :
H P : 089671439322
Alamat Kantor :
E-mail : mijielcs@gmail.com

Jakarta, 6 Maret 2024
Alumni,

Mijiel Catur Siamisyah

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mijiel Catur Siamasyah

NPM : 183112351650510

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti noneksklusif (*non-exclusive royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Strategi Komunikasi Pemasaran Tempo Workonveksi Dalam Menarik Minat Pengguna Jasa**. Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Januari 2024
Yang menyatakan



(Mijiel Catur Siamasyah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-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. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si. selaku Ketua Sidang Skripsi yang memberikan masukan positif baik penulisan dan juga isi dari skripsi ini;
2. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Penguji pada sidang skripsi, serta selaku Dosen saya pada mata kuliah Metode Penelitian Kuantitatif Periklanan yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam sidang skripsi yang telah saya kerjakan;
3. Bapak Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
4. Pihak Tempo Workonveksi, Angrefa Preciosa, Ahmad Arya dan Danoval yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
5. Orang tua dan saudara saya, Ayah saya Sudjoko Darmain, Ibu saya Eti Suharyati serta ketiga Kakak saya Nanda Eko Darmaindrawan, Tiko Dwiantoro, dan Tiwie Tri Andini yang telah memberikan banyak bantuan dukungan materiel serta moral.

Akhir kata, izinkan saya mengucapkan terimakasih sekali lagi dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu dan juga menjadi titik awal saya dalam mengejar impian dimasa mendatang.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mijiel Catur Siamasyah

NPM : 183112351650510

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti noneksklusif (*non-exclusive royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Strategi Komunikasi Pemasaran Tempo Workonveksi Dalam Menarik Minat Pengguna Jasa**. Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Januari 2024
Yang menyatakan



(Mijiel Catur Siamasyah)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK JAKARTA	v
KATA PENGANTAR.....	vii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Teori dan Konsep.....	14
2.2.1 Strategi.....	14
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	18
2.2.3 Strategi Komunikasi.....	20
2.2.4 Startegi Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.4.1 Faktor-faktor Strategi Komunikasi Pemasaran.....	26

2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2 Metode dan Sifat Penelitian	30
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	41
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	43
3.6.1 Lokasi Penelitian	43
3.6.2 Jadwal Penelitian	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Profil Perusahaan	46
4.1.2 Divisi Perusahaan	48
4.1.3 Lokasi Perusahaan	52
4.1.4 Media Sosial Tempo Workonveksi	53
4.1.5 Visi dan Misi	56
4.1.6 Target Pasar	56
4.1.7 Layanan dan Produk	59
4.1.8 Klien Tempo Workonveksi	60
4.1.9 Strategi Komunikasi Pemasaran Tempo Workonveksi Dalam Menarik Minat Peguna Jasa	61
4.3 Pembahasan.....	72
KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87
Draft Pertanyaan.....	87
1.6 DOKUMENTASI	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2 Jadwal Penelitian.....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir.....	29
Gambar 2 Logo Tempo Workonveksi	47
Gambar 3 Bagan Divisi Perusahaan.....	48
Gambar 4 Lokasi atau Alamat Tempo Workonveksi.....	53
Gambar 5 Media Sosial Tempo Workonveksi pada platform Instagram.....	54
Gambar 6 Media Sosial Tempo Workonveksi pada platform Facebook	55
Gambar 7 Postingan Instagram Tempo Workonveksi	62
Gambar 8 Postingan Instagram Tempo Workonveksi terkait proses pengerjaan	64
Gambar 9 Artikel Prambors FM yang mempromosikan Tempo Workonveksi	71
Gambar 10 Proses Pengerjaan Bordir oleh Tempo Workonveksi	73
Gambar 11 Artikel pada website Prambors Radio yang mempromosikan Tempo Workonveksi.....	74



ABSTRAK

Nama : Mijiel Catur Siamisyah
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Tempo Workonveksi Dalam Menarik Minat Pengguna Jasa
Pembimbing : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Tempo Workonveksi untuk menarik minat pengguna jasa. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Kualitatif serta mengetahui kesinambungan antara teori yang digunakan oleh penulis yaitu teori Strategi Komunikasi Pemasaran menurut Kotler dan Armstrong yang terdiri dari *Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling, dan Direct Marketing*. Data yang diperoleh pada penelitian ini melalui wawancara mendalam dengan pemilik dari Tempo Workonveksi dan juga para pekerja yang terlibat dalam proses mencari pelanggan, pengamatan secara langsung, dan juga studi dokumen terkait. Temuan dari analisis mengungkapkan bahwa Tempo Workonveksi memanfaatkan berbagai strategi komunikasi pemasaran, termasuk pemanfaatan media sosial, kampanye promosi, hingga kolaborasi strategis dengan pelanggannya. Hasil dari penelitian ini menggambarkan upaya perusahaan untuk membangun citra merek yang kuat dan menarik minat pengguna jasa dengan efektif. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan panduan bagi perusahaan lain dalam industri yang serupa untuk meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran dan meningkatkan daya tarik produk atau jasa bagi konsumen.

Kata kunci: Strategi, komunikasi pemasaran, strategi komunikasi pemasaran

ABSTRACT

Name : Mijiel Catur Siamasyah
Study Program : Communication Sciences
Title : Tempo Workonveksi Marketing Communication Strategy in Attracting The Interest of Service
Counsellor : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv

This research aims to discuss the marketing communication strategies used by Tempo Workonveksi to attract the interest of service users. The method used in this research is qualitative and determines the continuity between the theories used by the author, namely the Marketing Communication Strategy theory according to Kotler and Armstrong which consists of Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling and Direct Marketing. The data obtained in this research was through in-depth interviews with the owner of Tempo Workonveksi and also the workers involved in the process of looking for customers, direct observation, and also the study of related documents. Findings from the analysis reveal that Tempo Workonveksi utilizes various marketing communication strategies, including the use of social media, promotional campaigns, and strategic collaboration with its customers. The results of this research illustrate the company's efforts to build a strong brand image and attract the interest of service users effectively. The practical implication of this research is to provide guidance for other companies in similar industries to improve the effectiveness of marketing communications and increase the attractiveness of products or services for consumers.

Keywords: *Strategy, marketing communications, marketing communications strategy*