

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WE-A OUTLET  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN *MERCHANDISE* K-POP  
DI KOTA KEDIRI**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD RIZKY RAHMADI**

**NIM: 933512819**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI**

**Juni 2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WE-A OUTLET  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN *MERCHANDISE* K-POP  
DI KOTA KEDIRI**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
Untuk Memenuhi salah satu persyaratan  
Dalam menyelesaikan program Sarjana

Oleh  
**MUHAMMAD RIZKY RAHMADI**  
**993512819**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WE-A OUTLET  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN *MERCHANDISE* K-POP  
DI KOTA KEDIRI**

**MUHAMMAD RIZKY RAHMADI  
NIM.933512819**

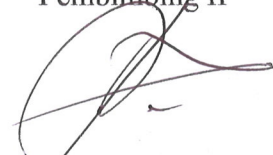
Skripsi oleh Muhammad Rizky Rahmadi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Kediri, 27 Mei 2024  
Pembimbing I



**Dr. Moch. Muwaffiqillah, M.Fil.I**  
NIP.197711302003121002

Kediri, 27 Mei 2024  
Pembimbing II



**Siti Amanah, M.Si**  
NIP.197912122011012005

## NOTA DINAS

Nomor : Kediri, 27 Mei 2024  
Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo  
Kediri

*Assalamu'alikum Wr. Wb*

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Rahmadi  
NIM : 9.335.128.19  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WE-A  
OUTLET DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
MERCHANDISE K-POP DI KOTA KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian nota dinas ini dibuat, mohon dimaklumi dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

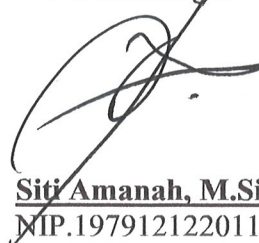
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I



**Dr. Moch. Muwaffiqillah, M.Fil.I**  
NIP.197711302003121002

Pembimbing II



**Siti Amanah, M.Si**  
NIP.197912122011012005

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WE-A OUTLET  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN *MERCHANDISE* K-POP  
DI KOTA KEDIRI

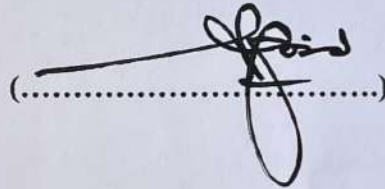
MUHAMMAD RIZKY RAHMADI  
NIM.933512819

Telah Diajukan Depan Sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Institut Agama Islam Kediri Pada Tanggal 14 Juni 2024

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

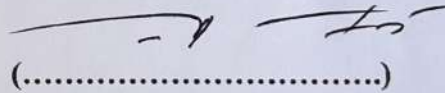
Dr. Taufik Alamin, M.Si  
NIP. 197207252006041003



(.....)

2. Penguji I

Dr. Moch. Muwaffiqillah, M.Fil.i  
NIP. 197711302003121002



(.....)

3. Penguji II

Siti Amanah, M.Si  
NIP.197912122011012005




(.....)

Kediri, 14 Juni 2024

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri



  
Dr. H. A. Hafid Thahir, M.HI  
NIP.197111212005011006

**MOTTO**

*“KAMU MEMILIKI HIDUPMU, JANGAN TERPENGARUH OLEH HAL-HAL  
LAIN  
DAN KEHILANGAN HAL-HAL PENTING. FOKUS PADA DIRIMU SENDIRI.”*

JISOO - BLACKPINK

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurillah, atas rahmat, nikmat dan segala kemudahan dari Allah SWT. Skripsi ini dapat saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, adik penulis yang senantiasa mendoakan serta sabar memberikan dorongan kepada penulis untuk senantiasa menuntut ilmu setinggi mungkin dengan harapan penulis menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama dan diridhai Allah SWT.
2. Almamater tercinta Fakultas Ushuluddin dan dakwah Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Kedua orang tua, Bapak Monadi, Ibu Sumiati serta adik penulis Ardy yang senantiasa mendoakan serta sabar memberikan dorongan kepada penulis untuk menuntut ilmu setinggi mungkin dengan harapan penulis menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama dan diridhai Allah SWT.
4. Teman dekat peneliti, Mugik, Vizky dan Aslam yang menjadi pendukung sekaligus menaruh segala keluh kesah dan suka cita saat pengerjaan skripsi.
5. Teman-teman peneliti Resaliano, Ibnu, dan Imam yang terus membantu, menyemangati dan memotivasi sampai akhir.
6. Seluruh teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2019 yang menjadi keluarga selama berkuliah dan menemani belajar di prodi KPI IAIN Kediri.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Rahmadi  
NIM : 933512819  
Program Studi : Komunikasi & Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin & Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 27 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



**Muhammad Rizky Rahmadi**  
**9.335.128.19**



## ABSTRAK

**Muhammad Rizky Rahmadi**, Dosen Pembimbing Dr. Moch. Muwaffiqillah, M.Fil.I dan Siti Amanah, M.Si. Strategi Komunikasi Pemasaran WE-A Outlet Dalam Meningkatkan Penjualan *Merchandise* K-pop Di Kota Kediri, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, 2024.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, meningkatkan penjualan, K-pop.

Perkembangan industri K-pop yang begitu pesat menggiring munculnya bisnis *merchandise* K-pop di Indonesia Khususnya Kota Kediri. Beredarnya bisnis K-pop baru ini memberikan pengaruh pada *omset* dari WE-A Outlet. Untuk itu perlu dirancang strategi komunikasi pemasaran yang efektif guna meningkatkan penjualan dari WE-A Outlet. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran *merchandise* K-pop di Kota Kediri dan faktor pendukung serta penghambat WE-A Outlet dalam memasarkan produk.

Metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif. Dan termasuk dalam jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan teori bauran komunikasi pemasaran. Penelitian mengambil lokasi di Toko “WE-A Outlet” beralamat di Jalan Mojoroto Gang. 6 Barat No.20, Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan observasi, wawancara dengan *owner* WE-A Outlet dan karyawan WE-A Outlet didukung dengan dokumentasi produk *merchandise* K-pop yang dipasarkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa WE-A Outlet menggunakan strategi komunikasi pemasaran berdasarkan teori bauran komunikasi, yang mencakup periklanan di media sosial, promosi penjualan dengan berbagai paket dan hadiah, hubungan masyarakat melalui kerjasama dengan mitra bisnis lain dan komunitas K-pop, serta penjualan pribadi di acara tertentu dan pemasaran langsung melalui aplikasi Whatsapp. Strategi ini dinilai efektif dalam menarik minat pelanggan dan dapat meningkatkan *omset* bulanan. Beberapa faktor pendukung WE-A Outlet dalam memasarkan produk *merchandise* K-pop adalah meningkatnya popularitas K-pop, WE-A Outlet yang sudah dikenal oleh penggemar K-pop, dan kemajuan teknologi media sosial yang memperluas pemasaran. Faktor penghambatnya meliputi penurunan penjualan pada momen tertentu, munculnya kompetitor serupa, dan kurangnya kegiatan K-pop di Kediri.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran WE-A Outlet Dalam Meningkatkan Penjualan *Merchandise* K-pop Di Kota Kediri”. Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Dr. Wahidul Anam, Selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. H. A. Halil Thahir, M.HI selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri
3. Siti Amanah, M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, sekaligus dosen pembimbing II.
4. Dr Moch Muwaffiqillah, M.Fil.I selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan doa dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan studi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.
6. Seluruh Pihak yang terlibat dalam penelitian penulis, Lovy Amalia selaku *owner* WE-A Outlet, dan segenap karyawan Arsyah, Khusna, Candra yang telah meluangkan waktu serta berbagi informasi untuk penulis.

Semoga kebaikan semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat dari Allah SWT. Dan semoga skripsi yang peneliti tulis menjadi manfaat bagi peneliti, pembaca, dan semua pejuang ilmu yang mencari ridho Allah.

Kediri, 27 Mei 2024

Muhammad Rizky Rahmadi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Penelitian Terdahulu .....	9
F. Definisi Istilah.....	16
<b>BAB II: LANDASAN TEORI.....</b>	<b>18</b>
A. Komunikasi Pemasaran.....	18
B. Komunikasi Dalam Strategi Pemasaran.....	20
C. Bauran Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication Mix</i> ) .....	22
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28
B. Kehadiran Peneliti.....	29
C. Lokasi Penelitian.....	29

D. Sumber Data.....	30
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	30
F. Analisis Data.....	32
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	35
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	38
<b>BAB IV: PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
1. Sejarah WE-A Outlet.....	39
2. Struktur Organisasi WE-A Outlet.....	42
3. Logo WE-A Outlet.....	43
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	44
C. Paparan Data.....	45
1. Strategi Komunikasi Pemasaran WE-A Outlet.....	45
2. Sarana Yang Digunakan WE-A Outlet Dalam Menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	52
3. Hambatan yang Dihadapi WE-A Outlet.....	54
4. Data Peningkatan Penghasilan.....	62
5. Jenis Produk WE-A Outlet.....	63
B. Temuan Penelitian.....	67
<b>BAB V: PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
A. Strategi Komunikasi Pemasaran WE-A Outlet Untuk Meningkatkan Penjualan Produk <i>Merchandise</i> K-pop.....	69
B. Faktor Pendukung dan Penghambat WE-A Outlet Dalam Memasarkan Produk <i>Merchandise</i> K-pop.....	81
<b>BAB VI: PENUTUP.....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN -LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Presentase Penghasilan WE-A Outlet Bulan Januari - Agustus 2023 ...	6
Tabel 4.1 Biografi Subjek Penelitian .....	44
Tabel 4.2 Presentase Penghasilan WE-A Outlet Bulan Januari – Maret 2023 .....	55
Tabel 4.3 Presentase Penghasilan WE-A Outlet Januari 2023 – Maret 2024.....	62
Tabel 5.1 Presentase Penghasilan WE-A Outlet Januari 2023 – Maret 2024.....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Bagan Analisis Data Menurut Miles dan Huberman .....	33
Gambar 4.1: Toko WE-A Outlet.....	41
Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi WE-A Outlet.....	42
Gambar 4.3 Logo WE-A Outlet.....	43
Gambar 4.4 Postingan produk WE-A Outlet .....	46
Gambar 4.5 Membuat video <i>reels</i> yang sedang tren.....	48
Gambar 4.6 Toko Joheun K-pop Shop di Pare .....	57
Gambar 4.7 Akun Instagram Goflurry .....	58
Gambar 4.8 Akun Instagram Waikiki K-pop Shop.....	59
Gambar 4.9 Toko Lucu Lucu Collection .....	60
Gambar 4.10 Aktivitas Bisnis K-pop di Grup Komunitas K-pop.....	60
Gambar 4.11 Album Musik K-pop .....	64
Gambar 4.11 <i>Lightstick</i> Idola K-pop.....	64
Gambar 4.12 Produk Barang Hobi WE-A Outlet .....	65
Gambar 4.13 Produk Peralatan Sekolah WE-A Outlet .....	65
Gambar 4.14 Produk Pakaian WE-A Outlet .....	66
Gambar 4.15 Produk Perlengkapan dan Hiasan Rumah WE-A Outlet.....	66
Gambar 4.16 Produk Aksesoris WE-A Outlet .....	67
Gambar 5.1 Mengirim Iklan Produk di Grup Komunitas K-pop.....	72
Gambar 5.2 Jumlah penonton Video <i>Reels</i> WE-A Outlet.....	73
Gambar 5.3 Poster <i>Event</i> Doyoung B'day Party.....	77
Gambar 5.4 Penjualan Pribadi di acara Car Free Day Kota Kediri .....	78
Gambar 5.5 Menawarkan Promo Menarik pada Pelanggan WE-A Outlet .....	80
Gambar 5.6 Produk Peralatan Sekolah WE-A Outlet .....	86
Gambar 5.7 Pemberian Harga Khusus Dengan Diskon Spesial Ramadhan .....	87
Gambar 5.8 Dokumentasi Saat Acara WE.A Pop Corn 2k24.....	89
Gambar 5.9 Kegiatan Galang Dana dengan Flashmob Masuk Media Koran.....	90

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 :Dokumentasi

Lampiran 3 : Lembar Konsultasi