

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT SONNI MEDIA PARTNER
EQUIPMENT KEDIRI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
PADA ERA DIGITAL**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos)



Oleh :

M. AZMI PUTRA PRAYOGA

9335.089.17

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

HALAMAN PERSETUJUAN

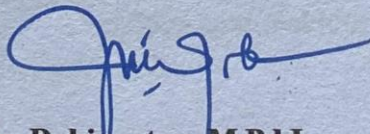
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT SONNI MEDIA PARTNER
EQUIPMENT KEDIRI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PADA
ERA DIGITAL**

M. AZMI PUTRA PRAYOGA

NIM 9335.089.17

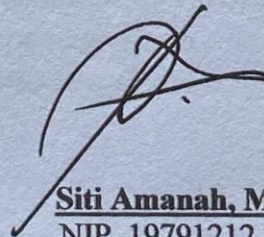
Disetujui oleh :

Pembimbing I



Dr. Robingatun, M.Pd.I.
NIP. 1969040819980320

Pembimbing II



Siti Amanah, M.Si
NIP. 19791212 2011012005

NOTA DINAS

Kediri, 14 September 2021

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : M. AZMI PUTRA PRAYOGA
NIM : 933508917
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT SONNI
MEDIA PARTNER EQUIPMENT KEDIRI DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PADA ERA
DIGITAL

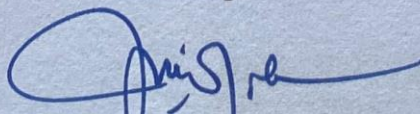
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

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

Demikian agar maklum dan atas kesediaannya kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Robingatun, M.Pd.I.
NIP. 1969040819980320

Pembimbing II



Siti Amanah, M.Si
NIP. 197912122011012005

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT SONNI MEDIA PARTNER
EQUIPMENT KEDIRI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PADA
ERA DIGITAL**

M. AZMI PUTRA PRAYOGA

NIM 9335.089.17

Telah di ajukan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Kediri pada tanggal 19 Juni 2024

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Moch. Muwaffiqillah, M.fil.I

NIP. 197711302003121002

2. Penguji I

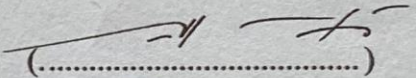
Dr. Robingatun, M.Pd.I.

NIP. 1969040819980320

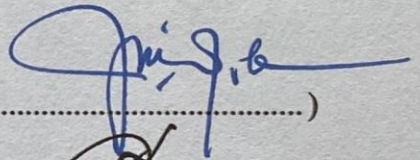
3. Penguji II

Siti Amanah, M.Si

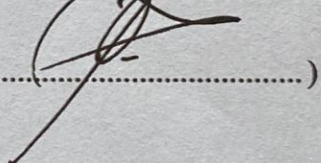
NIP. 19791212 2011012005



(.....)



(.....)



(.....)

Kediri, 19 Juni 2024

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri

Dr. A. Halil Thahir, M.Hl.

NIP. 19750613 200312 1004

MOTTO

Segala sesuatu memiliki waktu dan resikonya sendiri, teruslah berusaha dan berdoa.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada lembar halaman ini penulis ingin menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat hidup kepada penulis berupa kekuatan, kesabaran serta orang-orang istimewa yang selalu mendukung penulis dalam proses pembuatan dan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, Bapak Shodiqin dan Ibu Suprianah yang telah mendidik dan memberikan doa kepada penulis agar dilancarkan segala urusannya.
2. Bapak Dr. Robingatun, M.Pd.I., selaku Dosen Pembimbing I yang sangat sabar dan bijaksana, selalu memberikan arahan dan masukan serta dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Ibu Siti Amanah, M.Si., selaku Ketua Program Studi KPI sekaligus Dosen Pembimbing II, yang tidak pernah lelah memberikan arahan dan masukan serta dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ropingi, M.Pd selaku wali dosen yang sangat sabar dan pengertian dalam memberikan dukungan dan semangat.
5. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Kediri yang telah memberikan ilmu begitu banyak, sehingga sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kakak saya tercinta, Vina Muhibbah dan Elya Dzulkhoiriyah yang sudah memberikan semangat dan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Sahabat terbaik saya Rafli, Qowi, Eko dan Ainunnisa yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dan memberikan dukungan.

8. Teman-teman Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN Kediri angkatan 2017, yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu namun saya bangga dan senang karena bisa bertemu kalian dalam perjalanan kehidupan saya.
9. Teman-Teman UKM FOSTER yang telah menjadi bagian dari perjalanan saya di masa perkuliahan.

ABSTRAK

M.Azmi Putra Prayoga, 2024. *Strategi Komunikasi Pemasaran PT Sonni Media Partner Equipment Kediri dalam Mempertahankan Eksistensi pada Era Digital*, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri. Pembimbing (1) Dr. Robingatun, M.Pd.I. dan Pembimbing (2) Siti Amanah, M.Si.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, PT Sonni Media Partner Equipment Kediri, Eksistensi, Era Digital

Indonesia merupakan negara yang perkembangan teknologinya sangat pesat sehingga sejajar dengan negara berkembang lainnya. Teknologi berkembang seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan peradaban manusia. Saat ini banyak sekali rumah produksi baru di Kediri yang bergerak pada bidang project audio visual *non wedding*. Fokus penelitian yang dikaji adalah : 1) Bagaimana eksistensi PT Sonni Media Partner Equipment setelah mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran di tengah-tengah persaingan bisnis di era digital? 2) Apa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan PT Sonni Media Partner Equipment untuk tetap mempertahankan eksistensi pada era digital?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teori yang digunakan yakni bauran pemasaran dari Philip Kotler dengan mendeskripsikan 4P – *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi). Data utama yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pihak terkait dari PT Sonni Media Partner Equipment , sedangkan data tambahan diperoleh dari buku, artikel, jurnal, internet dan penelitian sebelumnya yang terkait dengan pembahasan strategi komunikasi pemasaran. Analisis data dilakukan dengan cara melakukan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta kesimpulan dan tahap akhir dari analisa ini mengadakan keabsahan data untuk menguji kevalidan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Sonni Media Partner Equipment masih tetap eksis dan memiliki pelanggan yang meningkat. Hal tersebut ditunjukkan dengan bertambahnya bidang usaha yang ditawarkan, harga yang bervariasi dan banyaknya event yang dikerjakan. Dari penelitian ini strategi yang digunakan oleh PT Sonni Media Partner Equipment adalah 4P (*product, price, place, promotion*). Strategi komunikasi sangat berpengaruh bagi PT Sonni Media Partner Equipment dalam menjaga hubungan baik dengan para vendor dan beberapa instansi baik pemerintah maupun swasta.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran PT Sonni Media Partner Equipment Kediri Dalam Mempertahankan Eksistensi Pada Era Digital”. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Rasulullah SAW.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini berharap, meski telah mengalami berbagai perbaikan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat besar kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis juga menyampaikan terimakasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih tersebut, penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Dr. Wahidul Anam, M.Ag sebagai Rektor IAIN Kediri
2. Dr. A. Halil Thahir, M.HI sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri
3. Siti Amanah, M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus Dosen Pembimbing II, yang tidak pernah lelah memberikan arahan dan masukan serta dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Dr. Robingatun, M.Pd.I selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan kepada penulis.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri
6. Kedua orang tua penulis yang senantiasa mendidik dan mendoakan penulis.
7. Semua teman-teman Angkatan 2017 yang telah menemani penulis selama perkuliahan.
8. Seluruh keluarga besar Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri yang selalu memberikan semangat kepada penulis.

Seluruh pihak yang terlibat namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas semangat dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua. Aamiin.

Kediri, 10 Juni 2024

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Azmi Putra Prayoga

NIM : 933508917

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin dan 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 dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan berlaku.

Kediri, 10 Juni 2024

Yang membuat pernyataan

M. AZMI PUTRA PRAYOGA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
PERNYATAAN KEASLIAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penelitian Terdahulu.....	8
F. Definisi Istilah.....	12

BAB II.....	16
A. Strategi komunikasi.....	16
B. Komunikasi pemasaran	27
C. Strategi Komunikasi Pemasaran	30
D. Teori Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	32
BAB III.....	36
A. Rancangan Penelitian	36
B. Kehadiran Peneliti.....	36
C. Lokasi Penelitian	37
D. Data dan Sumber Data.....	37
E. Metode dan Pengumpulan Data	38
F. Analisis Data.....	40
G. Keabsahan Data.....	42
BAB IV	44
A. Gambaran Umum PT Sonni Media Partner Equipment	44
B. Eksistensi PT Sonni Media Partner Equipment	49
C. Strategi Komunikasi PT Sonni Media Partner Equipment	54
D. Temuan Penelitian.....	55
BAB V.....	59
A. Eksistensi PT Sonni Media Partner Equipment	59

B. Strategi Komunikasi Pemasaran PT Sonni Media Partner Equipment	67
C. Manfaat Stategi Komunikasi Pemasaran.....	71
D. Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Teori	72
BAB VI	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	0
REFERENSI LAINNYA	2
LAMPIRAN	3

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Profil Informan 1	47
Tabel 4. 2 Profil Informan 2	48
Tabel 4. 3 Harga Paket Video Dokumentasi	51
Tabel 4. 4 Harga Paket Live Multicam Streaming/Instagram/Facebook/Zoom Meeting/dll	51
Tabel 4. 5 Harga Paket Rental Videotron P3.9 Indoor & Outdoor Waterproof....	53
Tabel 5. 1 Daftar Harga atau Paket.....	62
Tabel 5. 2 Paket Videografi.....	74
Tabel 5. 3 Sosial Media PT Sonni Media Partner Equipment	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Komunikasi Laswell	24
Gambar 4. 1 Sonny Video Production	45
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi	47
Gambar 4. 3 Logo Sonny Video Production	47
Gambar 4. 4 Daftar harga rental	54
Gambar 5. 1 Balai Kota Surabaya saat difoto oleh PT Sonni Media Partner Equipment dari drone.....	65
Gambar 5. 2 Gambar LED di Pondok Pesantren.....	66
Gambar 5. 3 Jenis Layanan PT Sonni Media Partner Equipment	73
Gambar 5. 4 Halaman mukainstagram PT Sonni Media Partner Equipment	75