

**KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI “WORD OF MOUTH”
KOMUNITAS SEPEDA: STUDI PADA STARCROSS CLOTHING LINE**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

ITHSI FRISTLY AMORE

15.M1.0051

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI “WORD OF MOUTH”
KOMUNITAS SEPEDA: STUDI PADA STARCROSS CLOTHING LINE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun oleh:

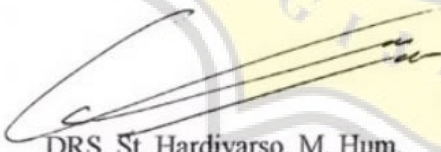
ITHSI FRISTLY AMORE
15.M1.0051

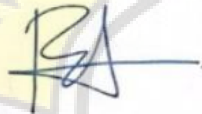
Semarang, 27 Oktober 2022

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua


DRS. St. Hardivarso, M. Hum.
NPP 058.1.1992.122


Rotumiari Pasaribu, SS., M.I.KOM
NPP 058.1.2014.29

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI *WORD OF MOUTH*
KOMUNITAS SEPEDA: STUDI PADA *STARCROSS CLOTHING LINE***

Disusun oleh:

**Ithsi Fristly Amore
15.M1.0051**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal: 27 Oktober 2022

Dosen Penguji :

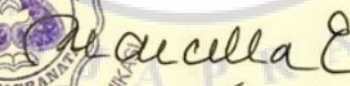
- 1 Drs. St. Hardiyarso, M. Hum.
- 2 Rotumiari Pasaribu, S.S., M.I. Kom.
- 3 Emanuela Agra S.K.D., S.I.Kom., M.I.Kom



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal: 27 Oktober 2022




(Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum)
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI “WORD OF MOUTH” KOMUNITAS SEPEDA: STUDI PADA STARCROSS CLOTHING LINE

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 27 Oktober 2022.

(met

ITHSI FRISI ET AMORE



15.M1.0051

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ithsi Fristly Amore

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

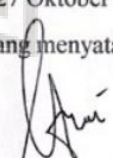
Jenis Karya : Skripsi

[Menyetujui / Tidak Menyetujui] untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“Komunikasi Pemasaran Melalui *Word of Mouth* Komunitas Sepeda: Studi Pada *Starcross Clothing Line*”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 27 Oktober 2022

Yang menyatakan


Ithsi Fristly Amore

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI *WORD OF MOUTH* KOMUNITAS SEPEDA: STUDI PADA *STARCROSS CLOTHING LINE*”.**

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan memperoleh gelar sarjana S1 pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan semoga hal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Semarang, 27 Oktober 2022

Penulis,

Ithsi Fristly Amore

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima motivasi, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak yang sifatnya moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. ALLAH SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya telah memberikan kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Bapak Drs. St. Hardiyarso, M. Hum, selaku Dosen pembimbing pertama yang telah membantu mengarahkan, membimbing serta memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Ibu Rotumiar Pasaribu, S.S., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing kedua yang telah dengan sabar membimbing peneliti serta memberikan ilmunya kepada peneliti.
4. Segenap dosen dan seluruh staff akademik yang selalu memberikan bantuan kepada peneliti agar dapat melancarkan proses penyelesaian skripsi ini.
5. Keluarga besar yang telah mendoakan serta memberikan banyak bantuan dan dukungan dari awal perkuliahan sampai proses penyelesaian studi.
6. Kepada pihak *Starcross* yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melangsungkan penelitian.
7. Kepada Komunitas Sepeda Temanbike.mu terimakasih sudah bersedia menjadi informan yang informasinya sangat berguna untuk penyusunan skripsi ini.

8. Kepada teman terdekat saya Samuel Bintang Nugroho dan Safira Maharani, terimakasih atas segala dukungan serta hal baik yang selalu kalian berikan. Juga kepada semua skripsi *buddies* yang telah menemani peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada *Peacock coffee* terimakasih atas kenyamanan tempatnya dan Marni kucing peliharaan barista peacock yang telah menjadi *moodbooster*.
10. Kepada teman-teman Angkat 2015 Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, terimakasih atas segala keceriaan yang telah kalian berikan semoga kita semua sukses dan dapat meraih cita-cita yang telah di impikan.
11. Terakhir saya ingin mengucapkan terimakasih kepada seseorang yang tidak bisa saya sebutkan namanya, terimakasih karena telah memberikan bantuan berupa alat elektronik yang dapat membantu peneliti dalam pengerjaan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga dengan adanya laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Semarang, 28 September 2022

Ithsi Fristly Amore

ABSTRAK

ITHSI FRISTLY AMORE, NIM: 15.M1.0051. Komunikasi Pemasaran Melalui *Word Of Mouth* Komunitas Sepeda: Studi Pada *Starcross Clothing Line*. Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi. Universitas Katholik Seogijapranata. 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran *word of mouth* yang dilakukan oleh *Starcross* melalui komunitas sepeda yaitu *Temanbike.mu*. Komunitas sepeda dipilih karena mereka dapat merepresentasikan target pasar perusahaan, sesuai dengan *tag line* yang dimiliki oleh *Starcross* yaitu *youth and wild* target pasar yang dituju adalah anak muda. Untuk mengupayakan komunikasi pemasaran melalui *word of mouth* didalamnya terdapat 5T yang harus diperhatikan yaitu *talkers, topics, tools, taking part* dan *tracking*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara serta dokumentasi, penulis akan mengajukan beberapa pertanyaan kepada sumber informan utama dalam penelitian ini yaitu *Manager Starcross Semarang* dan *founder* dari komunitas *Temanbike.mu*. Pemilihan komunitas sebagai sarana komunikasi *word of mouth* perusahaan membuat peluang penyebaran informasi berkembang lebih luas. Selain memiliki pengalaman penggunaan produk atau jasa dari perusahaan komunitas juga memiliki relasi pertemanan yang cukup luas. Informasi yang disampaikan melalui metode *word of mouth* memerlukan banyak partisipasi dari orang lain didalamnya melalui relasi yang dimiliki komunitas *word of mouth* akan berjalan secara efektif dan efisien.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, *Word of mouth*, Komunitas

ABSTARCT

ITHSI FRISTLY AMORE, NIM: 15.M1.0051. Marketing Communication Through Word of Mouth Bicycle Community: A Study On Starcross Clothing Line. Thesis, Department of Communication Studies, Faculty of Law and Communication. Seogijapranata Catholic University. 2022

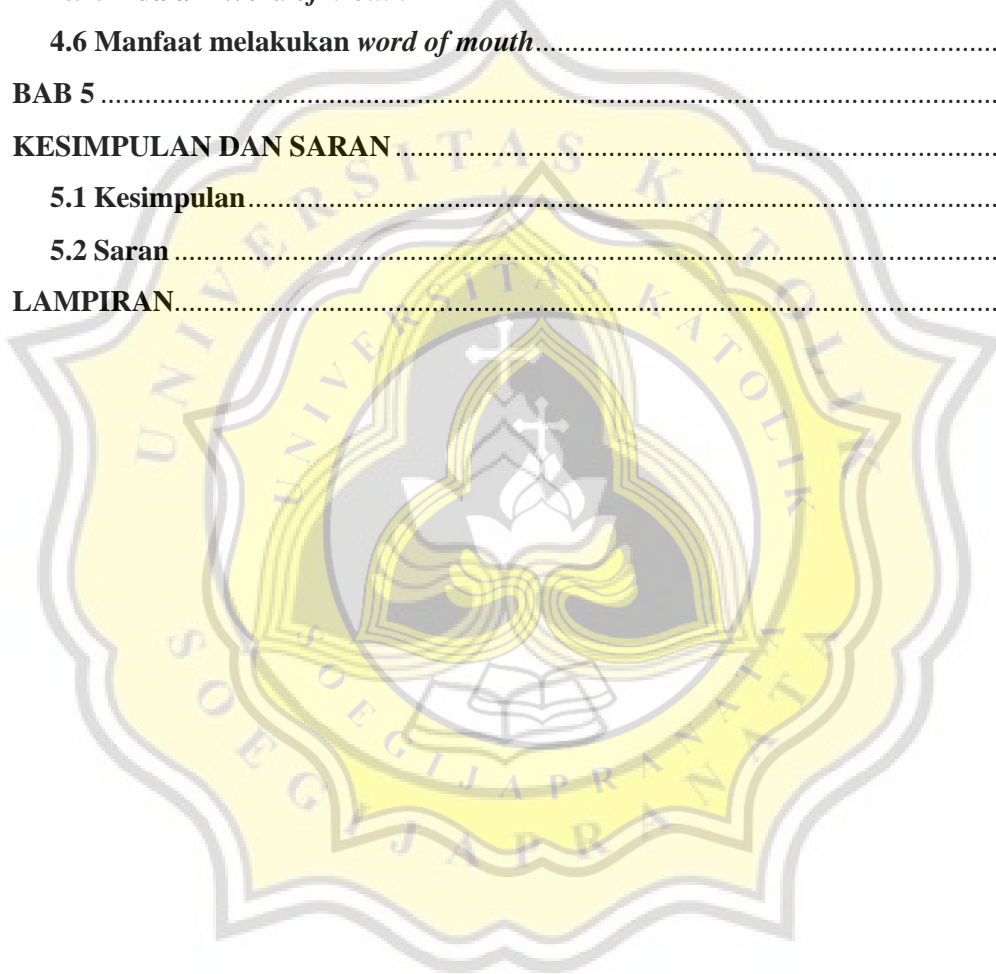
This research was done to find out about how word of mouth marketing communication is carried out by Starcross through the bicycle community, namely Temanbike.mu. The bicycle community was chosen because they can represent the company's target market, and according to the tag line that owned by Starcross namely youth and wild, the target market of the company is young people. To seek marketing communication through word of mouth, there are 5T's that must be considered, tehre are talkers, topics, tools, taking parts and tracking. This study uses a type of qualitative research that produces descriptive data. The data collection techniques are using an interviews and documentation, the author will ask several questions to the main informant sources in this study, its the Manager of Starcross Semarang and the founder of Temanbike.mu community. The selection of the community as a means of company word of mouth communication makes the opportunity for information dissemination to develop more widely. In addition to having experience using products or services from companies, community also have a fairly broad friendship relationship. Information conveyed through the word of mouth method requires a lot of participation from other people in it through the relationships owned by community word of mouth will run effectively and efficiently.

Keywords: Marketing Communication, Word of mouth, Community

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
BAB 2	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	12
2.4 Word of mouth	14
2.5 Manfaat Melakukan Word of Mouth	16
2.6 Komunitas	16
2.7 Kerangka Berpikir	19
BAB 3	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	22
3.3 Lokasi Penelitian	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Teknik Analisis Data	23

BAB 4	26
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Profil Starcross	26
4.2 Lokasi Penelitian	28
4.3 Bauran Komunikasi Pemasaran Sarcross Semarang	28
4.4 <i>Word of mouth</i> dalam Komunitas Sepeda	37
4.5 5T dalam <i>Word of Mouth</i>	43
4.6 Manfaat melakukan <i>word of mouth</i>	54
BAB 5	55
KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
LAMPIRAN	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Distro Clothing Starcross Semarang	28
Gambar 4.2 Iklan <i>Starcross</i> pada sosial media.....	30
Gambar 4.3 Diskon <i>Starcross</i>	31
Gambar 4.4 <i>Tour</i> Lokal Band	32
Gambar 4.5 <i>Lomba</i> Berhadiah <i>Starcross</i>	33
Gambar 4.6 Gambar <i>Direct Message</i> dan <i>Whatsapp</i>	34
Gambar 4.7 Kegiatan bersepeda Temanbike.mu	38
Gambar 4.8 Merchandise Temanbike.mu	39
Gambar 4.9 Display Merchandise Temanbike.mu	40
Gambar 4.10 Pamflet Event Goodfest Goodfriends	42
Gambar 4.11 <i>Doorprize</i> <i>Starcross</i> pada acara <i>goodfestgoodfriend</i>	42
Gambar 4.12 <i>Mini bag</i> untuk bersepeda	46
Gambar 4.13 Pemakaian <i>T-shirt</i> <i>Starcross</i>	47
Gambar 4.14 <i>Mini bag</i> , <i>longsleeve</i> dan <i>bucket hat</i> untuk bersepeda	48
Gambar 4.15 <i>Mini bag</i> , <i>Tumblr</i> , <i>Windbreaker</i>	49
Gambar 4.16 <i>Tshirt</i> , <i>longsleeve</i> , <i>bucket hat</i> , <i>cargo pants</i> , <i>shoulder bag</i>	49
Gambar 4.17 <i>BMX bike</i> <i>Starcross</i> x <i>Inspired27</i>	50
Gambar 4.18 Partisipan pada acara <i>goodfest goodfriend</i>	51
Gambar 4.19 Partisipan pada acara <i>Night Ride Vol 1</i>	51
Gambar 4.20 Partisipasi pihak <i>Starcross</i> pada acara <i>Night Ride</i>	53
Gambar 4.21 Partisipasi pihak <i>Starcross</i> pada acara <i>goodfest goodfrien</i>	53