



**KOMUNIKASI PEMASARAN KOMUNITAS IKAN HIAS AIR TAWAR DI  
MASA PANDEMI COVID-19**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan  
Dalam memperoleh gelar Sarjana

Nama : Ariq Roshandy Qomaruzaman

NIM : 1710411088



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
"VETERAN" JAKARTA**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Ariq Roshandy Qomaruzaman  
NIM : 1710411088  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bekasi, 28 Juli 2022

  
  
Ariq Roshandy Qomaruzaman

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIK**

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ariq Roshandy Qomaruzaman  
NIM : 1710411088  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul

**KOMUNIKASI PEMASARAN KOMUNITAS IKAN HIAS AIR TAWAR DIMASA  
PANDEMI COVID 19.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Bekasi  
Pada Tanggal : 28 Juli 2022  
Yang menyatakan,



Ariq Roshandy Qomaruzaman

## PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Ariq Reshandy Qomaruzaman

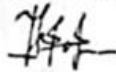
NIM : 1710411088

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN KOMUNITAS IKAN HIAS AIR  
TAWAR DIMASA PANDEMI COVID 19

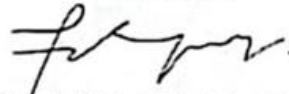
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Pembimbing I



Intan Putri Cahyani, M.I.kom

Pembimbing II



Maria Febiana Christanti, M.Si

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Fitria Apuningtyas, M.Si.,C.

Ditetapkan di :

Jakarta

Tanggal Ujian :

7 Juli 2022

# KOMUNIKASI PEMASARAN KOMUNITAS IKAN HIAS DIMASA PANDEMI COVID 19

ARIQ ROSHANDY QOMARUZAMAN

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh komunitas ikan hias air tawar dimasa pandemi Covid 19 dengan menggunakan model bauran pemasaran 4C Philip Kotler.

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi, menggunakan sumber data primer berupa wawancara mendalam. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Peneliti menggunakan analisis data fenomenologi dari Edmund Husserl, yaitu menentukan fenomena, pengumpulan data, perlakuan dan analisis data, studi literature, Mempertahankan kebenaran, dan pertimbangan etik.

Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh para informan dimasa pandemi Covid 19 adalah dengan menggunakan media *online* sebagai media pemasaran seperti Facebook, Instagram, Tokopedia, Shopee, dan OLX. Menggunakan *marketplace*, dompet digital, transfer ATM/*E-banking* sebagai tempat bertransaksi, dan menggunakan komunitas sebagai wadah pemasaran, informasi, dan berbagi bersama para penghobi ikan hias air tawar. Selain itu para informan menggunakan implementasi dari model bauran pemasaran 4C dengan melibatkan para konsumen dalam kegiatan pemasaran, menentukan harga jual dengan melakukan observasi melalui pasar ikan dan media sosial, menggunakan media sosial sebagai wadah pemasaran, dan menggunakan komunikasi dua arah dalam melakukan pemasaran. Dinamika kegiatan selama pandemi berlangsung secara lancar bahkan mendapatkan kenaikan permintaan dari para konsumen.

**Kata Kunci :** Komunikasi pemasaran, komunitas, ikan hias air tawar, pandemi Covid 19

# **ORNAMENTAL FISH COMMUNITY MARKETING COMMUNICATION DURING THE COVID 19 PANDEMIC**

**ARIQ ROSHANDY QOMARUZAMAN**

## **ABSTRACT**

This study aims to identify and describe marketing communications carried out by the freshwater ornamental fish community during the Covid 19 pandemic using Philip Kotler's 4c marketing mix model.

The method used is descriptive qualitative with a phenomenological approach, using primary data sources in the form of in-depth interviews. The sampling technique was done by purposive sampling. Researchers used phenomenological data analysis from Edmund Husserl, namely determining the phenomenon, data collection, treatment and data analysis, literature study, defending the truth, and ethical considerations.

The final result of this study shows that the marketing communication carried out by informants during the Covid 19 pandemic is to use online media as marketing media such as Facebook, Instagram, Tokopedia, Shopee, and OLX. Using the marketplace, digital wallet, ATM/E-banking transfers as a place for transactions, and using the community as a forum for marketing, information, and sharing with freshwater ornamental fish hobbyists. In addition, the informants used the implementation of the 4c marketing mix model by involving consumers in marketing activities, determining selling prices by observing through the fish market and social media, using social media as a marketing platform, and using two-way communication in marketing. The dynamics of activities during the pandemic went smoothly and even received an increase in demand from consumers.

**Keywords:** Marketing communication, community, freshwater ornamental fish, Covid 19 pandemic

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak Mei 2021 ini adalah Komunikasi Pemasaran Komunitas Ikan Hias Air Tawar dimasa Pandemi Covid 19. Terima kasih penulis ucapkan kepada ibu Intan Putri Cahyani, M.I.kom dan ibu Maria Febiana Christanti, M.Si. selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat. Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah saya Rizky Qomaruzaman dan ibu saya Amelda Kirana serta seluruh keluarga yang tidak henti – hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman – teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Bekasi, 28 Juli 2022



Ariq Roshandy Qomaruzaman

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1. Konsep dan Teori Penelitian .....	7
2.2. Kerangka Berfikir.....	17
BAB III .....	17
METODOLOGI PENELITIAN .....	17
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4. Sumber Data .....	21
3.5. Teknik Analisis Data .....	22
3.6. Tabel Rencana Waktu .....	23
BAB IV .....	23
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	23
4.1. Hasil dan Temuan Penelitian .....	26
4.2. Analisis Dan Pembahasan .....	35
BAB V.....	47



KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1. Kesimpulan.....	47
5.2. Saran .....	49
5.2.1. Saran Akademis.....	49
5.2.2. Saran Praktis .....	49
DAFTAR PUSTAKA .....	50

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.6. Waktu Penelitian1</b> .....	<b>23</b>
---	-----------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2. Kerangka Berpikir1 .....	17
--------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN 1 – PEDOMAN WAWANCARA1</b> .....	52
<b>LAMPIRAN 2 – TRANSKRIP WAWANCARA2</b> .....	54
<b>LAMPIRAN 3 – CODING3</b> .....	79
<b>LAMPIRAN 4 – DOKUMENTASI WAWANCARA4</b> .....	88
<b>LAMPIRAN 5 – HASIL CEK TURN IT IN5</b> .....	91
<b>LAMPIRAN 6 – HASIL SERTIFIKAT6</b> .....	92
<b>LAMPIRAN 7 – RIWAYAT HIDUP7</b> .....	97