

ABSTRAK

Zulkifli Zein, 2023. Komparasi Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Video *Cinematic Wedding Evoartpictures* dan *Oscar.pict* dalam Meningkatkan Konsumen. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.,

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi Pemasaran, Jasa Video Cinematic Wedding*

Saat ini terdapat banyaknya penyedia jasa video *cinematic wedding* maka semakin banyak persaingan antara penyedia jasa. Maka dari itu perlu diketahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan *Evoartpictures* dan *Oscar.pict*. Menurut Kotler bauran komunikasi pemasaran menggabungkan lima model komunikasi pemasaran yaitu periklanan, penjualan personal, promosi, humas, *direct marketing*. Tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk mengetahui komparasi antara kedua jasa video *cinematic wedding* dalam memasarkan jasa mereka. Dengan begitu dapat diketahui perbandingan antara kedua jasa dalam memasarkan jasa video *cinematic wedding*. Metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif menggunakan teknik wawancara, dan dokumentasi. Dari metode yang digunakan didapatkan hasil penelitian terkait komparasi strategi komunikasi pemasaran yang digunakan *Evoartpictures* dan *Oscar.pict* dalam meningkatkan konsumen yaitu dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran bauran *mix* dengan periklanan, promosi, dan penjualan personal. Perbedaan keduanya terletak pada cara mengiklankan, mempromosikan, dan penjualan personal. Jika pada *Evoartpictures* lebih mengutamakan media sosial Instagram milik mereka dalam memasarkan jasa video cinematic. Sedangkan jika *Oscar.pict* lebih pada bekerjasama dengan para *MUA* (penata rias) dan model-model untuk memasarkan jasa milik mereka. Kendala pada *Evoartpictures* lebih pada media yang digunakan cakupannya kurang luas. Jika *Oscar.pict* calon klien hanya bertanya-tanya karena kurangnya informasi pada media sosial yang digunakan terkait video *cinematic wedding*.

ABSTRACT

Zulkifli Zein, 2023. *Comparison of Marketing Communication Strategies of Cinematic Wedding Video Services Evoartpictures and Oscar.pict in Increasing Consumers. Thesis, Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember. Supervisor : Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.,*

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Video Cinematic Wedding Services*

Currently there are many providers of cinematic wedding video services, so there is more and more competition between service providers. Therefore it is necessary to know the marketing communication strategy used by Evoartpictures and Oscar.pict. According to Kotler, the marketing communication mix combines five marketing communication models, namely advertising, personal selling, promotion, public relations, direct marketing. The purpose of this research is to find out the comparison between the two cinematic wedding video services in marketing their services. That way you can know the comparison between the two services in marketing video cinematic wedding services. Qualitative research methods with descriptive research types using interview techniques, and documentation. From the method used, the results of research related to the comparability of marketing communication strategies used by Evoartpictures and Oscar.pict were obtained in increasing consumers, namely by using a mixed marketing communication strategy with advertising, promotion and personal selling. The difference between the two lies in the way of advertising, promotion and personal selling. If Evoartpictures prioritizes their Instagram social media in marketing cinematic video services. Whereas if Oscar.pict is more on working with MUAs (makeup artists) and models to market their services. The problem with Evoartpictures is that the media used is less extensive. If Oscar.pict, prospective clients are only asking questions due to a lack of information on the social media used regarding the cinematic wedding video.