

***THE RISE OF LOCAL ANIMATION STARTUP***  
**(Studi Deskriptif Komunikasi Pemasaran *Startup* Animasi PIAPI)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ANDALAS**  
**PADANG**  
**2018**

## ABSTRAK

### THE RISE OF LOCAL ANIMATION STARTUP (Studi Deskriptif Komunikasi Pemasaran Startup Animasi Piapi)

Oleh :

Ivan Bayu Pratama  
1210862002

Pembimbing :

Yayuk Lestari, M.A  
Revi Marta, M.Ikom

Piapi Animation merupakan *startup* animasi lokal pertama yang berlokasi di Kota Padang. Piapi adalah sebuah *startup* yang unik, karena konsumennya lebih banyak dari luar daerah dibanding konsumen lokal. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang di-aplikasikan oleh Piapi Animation dalam menarik pelanggannya.

Subjek penelitian adalah Piapi Animation, sebuah *startup* animasi lokal Kota Padang. Penelitian ini merupakan studi kualitatif deskriptif, yang menggunakan triangulasi sumber sebagai uji keabsahan data. Teori yang dipakai adalah Total Bauran Pemasaran, atau bisa juga disebut sebagai Bauran Komunikasi Pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Piapi Animation memakai : *Public Relation*, berdasarkan observasi terhadap interaksi yang dilakukan Piapi dengan *netizen* melalui akun media sosialnya; *Advertizing*, video *teaser* yang Piapi buat untuk karya orisinal mereka yang berjudul “Budi”; *Public Relation and Publicity*, berdasarkan konten-konten yang Piapi unggah ke akun media sosialnya; *Corporate Identity*, etika kerja Piapi yang membangun relasi yang bagus, kualitas kerja yang bagus, dan kecepatan kerja yang optimal; *Word of Mouth*, salah satu hasil dari partisipasi Piapi di INAMA Fest 2016.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, *Startup* Animasi, Strategi Komunikasi Pemasaran

## **ABSTRACT**

### ***THE RISE OF LOCAL ANIMATION STARTUP (Marketing Communication Descriptive Study of Piapi Animation)***

**By :**

**Ivan Bayu Pratama  
1210862002**

**Supervisors :**

**Yayuk Lestari, M.A  
Revi Marta, M.Ikom**

*Piapi was the first local animation startup in Padang City. With uniqueness in having more interlocal business client than the local one. The study was conducted to determine marketing communication strategy that Piapi applied to attract their clients.*

*Study subject was Piapi, and the study object were Piapi's marketing communication strategy. The study was done with qualitative method, using descriptive study, and data triangulation to checking data's validity. Using Marketing Communication Mix, or famously called as Communication Mix theory.*

*The study shows that Piapi Animation applied; Public Relation, based on observation to Piapi's social media account and Piapi's youtube channel, about posting a content; Advertising, based on Piapi's teaser of their original work titled "Budi"; Public Relation and Publicity, because of contents that Piapi posted in their social media accounts; Corporate Identity, because of Piapi's work ethic, such as to maintain good relations, good quality of work, and faster pace of work than the schedule; Word of Mouth, one of the reasons was Piapi participation on INAMA Fest 2016.*

**Keywords: Marketing Communication, Animation Startup, Marketing  
Communication Strategy**