

**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. BLUE
OCEAN HEART DALAM MEMPERTAHANKAN PENJUALAN
PRODUK HANDPHONE VIVO DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata-1 Program
Studi Ilmu Komunikasi**



Rizo Ozavian Nola

NBI. 1151700147

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. BLUE
OCEAN HEART DALAM MEMPERTAHANKAN PENJUALAN
PRODUK HANDPHONE VIVO DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata-1 Program
Studi Ilmu Komunikasi**



Rizo Ozavian Nola

NBI. 1151700147

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rizo Ozavian Nola

NBI : 1151700147

Judul : Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Blue Ocean Heart
Dalam Mempertahankan Penjualan Produk Handphone Vivo Di Masa
Pandemi Covid-19

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing 1


Drs. Agung Pujiyanto, MM


Dr. Drs. Teguh Priyo Sadono, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh
gelar sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji:

1. Dr. Drs. Teguh Priyo Sadono, M.Si
2. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom.
3. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Mengesahkan

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan,



Drs. Agung Pujianto, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertamda tangan di bawah ini,

Nama : Rizo Ozavian Nola

NBI : 1151700147

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Blue Ocean Heart Dalam Mempertahankan Penjualan Produk Handphone Vivo Di Masa Pandemi Covid-19

Menyatakan,

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagai dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari skripsi saya terbukti sebagaian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 28 Desember 2021

Yang membuat pernyataan


089AJX638958813
(Rizo Ozavian Nola)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA

TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)

e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RIZO OLAVIAN NOLA
 NBI/ NPM : 1151700147
 Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 Jenis Karya : Skripsi / Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
 PT. BLUE OCEAN HEART DALAM MEMPERTAHANKAN
 PENJUALAN PRODUK HANDPHONE VIVO
 DI MASA PANDEMI COVID-19

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : SURABAYA
 Pada tanggal : 28 DESEMBER 2022

Yang Menyatakan,



(RIZO OLAVIAN NOLA)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pihak yang telah membantu kelancaran dan penulisan skripsi ini, baik berupa masukan maupun kritik membangun demi perbaikan tulisan ini, diantaranya:

1. Kedua orang tua Papa Eko Prasetyanto dan Mama Septi Ariyanti serta saudara saya Kak Vio atas doa, restu dan semangat kepada penulis.
2. Bapak Dr. Drs. Teguh Priyo Sadono, M.Si dan Ibu Dra. Noorshanti Sumarah, M.Ikom selaku dosen pembimbing pertama dan kedua Penulis atas bimbingan yang diberikan selama ini.
3. Roy Candra Tri Prastyo yang selalu ada menemani mengerjakan skripsi, memberikan semangat dan motivasi serta tak henti-hentinya memberi dukungan kepada penulis.
4. Sahabat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu yang memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran membangun penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan Skripsi ini. Akhir kata penulis mohon maaf sebesar-besarnya jika dalam proses pembuatan skripsi ini penulis melakukan kesalahan baik itu disengaja maupun tidak disengaja. Semoga Allah SWT mengampuni kesalahan kita dan menunjukkan jalan yang benar.

Surabaya, 28 Desember 2021



Rizo Ozavian Nola

DAFTAR ISI

COVER LUAR	iii
COVER DALAM	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.2.3 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II	6
KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Penerapan.....	9
2.2.2 Komunikasi	10
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.4 Pandemi Covid-19.....	18
2.3 Kerangka Dasar Pemikiran	20
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Tipe Penelitian	21
3.2 Peran Peneliti	21
3.3 Lokasi Penelitian.....	21
3.4 Sumber Data dan Tehnis Pengumpulan Data.....	21
3.5 Tehnis Analisis Data	23
3.6 Keabsahan Data	24
BAB IV	25
DESKRIPSI OBYEK DAN HASIL PENELITIAN	25
4.1 Deskripsi Obyek.....	25
4.1.1 Sejarah Perusahaan	25

4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	26
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	26
4.1.4 Stuktur Organisasi Peruasahaan.....	27
4.1.5 Data Produk Perusahaan	27
4.1.6 Fasilitas- Fasilitas Perusahaan	29
4.2 Penyajian Data	31
4.2.1 Gambaran Umum Informan	32
4.2.2 Komunikasi Pemasaran PT. Blue Ocean Heart Dalam Mempertahankan Omset Produk Handphone Vivo Di Masa Pandemi Covid-19	32
4.3 Pembahasan.....	40
BAB V	46
KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Rekomendasi.....	47
5.2.1 Bagi PT. Blue Ocean Heart.....	47
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu	6
Tabel 1.2. Produk Handphone Vivo.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan 5 Vendor Smartphones Tahun 2019	3
Gambar 1.2 Grafik Penjualan 5 Vendor Smartphones Tahun 2020.....	3
Gambar 1.3 Ruang Pameran.....	28
Gambar 1.4 Etalase Display	28
Gambar 1.5 Area Sales Counter	29
Gambar 1.6 Area Kasir.....	29
Gambar 1.7 Area Ruang Tunggu Customer.....	30
Gambar 4.1 Iklan Di Platform <i>E-commerce</i> Olx Dan Facebook	41
Gambar 4.2 Promo Yang Dilakukan PT. Blue Ocean Heart.....	42
Gambar 4.3 Hubungan Masyarakat Dan Pemberitaan Yang Dilakukan PT. Blue Ocean Heart	42
Gambar 4.4 Pemasaran Langsung Yang Dilakukan PT. Blue Ocean Heart	43
Gambar 4.5 Penjualan Pribadi Yang Dilakukan Sales Promotor PT. Blue Ocean Heart	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Daftar Pertanyaan	49
---	----

ABSTRAK

Industri retail memiliki kontribusi cukup besar dalam perekonomian Indonesia. Kota Surabaya memiliki banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang retail termasuk salah satunya perusahaan *gadget*. Namun, belakangan ini ditemukan jenis virus baru yang berasal dari Wuhan, China yang menyebabkan munculnya pandemi Covid-19 yang mempengaruhi banyak sektor kehidupan.

Penerapan strategi komunikasi pemasaran memiliki peranan penting dalam memasarkan sebuah produk agar produk yang dipasarkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang dilakukan PT. Blue Ocean Heart dalam mempertahankan penjualan produk handphone vivo di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan wawancara. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa PT. Blue Ocean Heart menerapkan model komunikasi sirkular Charles E. Osgood yang didukung dengan strategi komunikasi pemasaran Philip Kotler dimana dalam proses komunikasi sirkuler yang ditandai adanya *feedback* membutuhkan setidaknya tiga unsur yaitu sumber, pesan dan sasaran yang dilakukan melalui sarana penyampaian pesan yang dijelaskan oleh Philip Kotler yaitu iklan, promosi, hubungan masyarakat dan pemberitaan, pemasaran langsung, dan penjualan pribadi sehingga perusahaan dapat mempertahankan penjualan.

Kata Kunci: Penerapan, Komunikasi, Strategi Komunikasi Pemasaran, Covid-19.

ABSTRACT

The retail industry has a significant contribution to the Indonesian economy. The city of Surabaya has many companies engaged in retail, including a gadget company. However, recently a new type of virus was discovered that originated in Wuhan, China, which caused the Covid-19 pandemic to appear, which affected many sectors of life.

The application of marketing communication strategies has an important role in marketing a product so that the marketed product can be well received by consumers. This study aims to determine the application of marketing communication strategies such as what is done by PT. Blue Ocean Heart in maintaining the sales of vivo cellphone products during the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative approach with descriptive analysis. The method used in this study is a qualitative descriptive method with data collection techniques using interviews. The results of this study concluded that PT. Blue Ocean Heart applies the Charles E. Osgood circular communication model which is supported by Philip Kotler's marketing communication strategy where the circular communication process which is characterized by feedback requires at least three elements, namely the source, message and target which is carried out through the means of delivering the message described by Philip Kotler, namely: advertising, promotion, public relations and news, direct marketing, and personal selling so the company can maintain sales.

Keywords: Implementation, Communication, Marketing Communication Strategy, Covid-19.