

**STRATEGI INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION SMA AL-ISLAM KRIAN
DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
TAHUN 2023-2024**

SKRIPSI

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



Oleh :

DICKY ARDIANSYAH
NPM : 1151600226

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2022**

**STRATEGI INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION SMA AL-ISLAM KRIAN
DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
TAHUN 2023-2024**

SKRIPSI

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



Oleh :

DICKY ARDIANSYAH
NPM : 1151600226

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

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Dicky Ardiansyah**
NPM : 1151600226
Judul : **STRATEGI INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION SMA AL-ISLAM KRIAN DALAM
PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU TAHUN 2023-
2024.**

Surabaya, 22 Desember 2022

Mengetahui :

Disetujui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik**

Dosen Pembimbing

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103



Mohammad. Insan Romadhan,

S.I.Kom., M.Med.Kom

NPP.20150170741

TANDA 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 22 Desember 2022

Dewan Penguji :

1. **M. Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom**

Ketua

2. **Dra. Noorshanti Sumarah, M.I.Kom**

Anggota

3. **Drs. Jupriono, M.Si**

Anggota

Mengesahkan,

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



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP.20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Dicky Ardiansyah
NPM : 1151600226
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Integrated Marketing Communication SMA
Al-Islam Krian dalam penerimaan peserta didik baru
tahun 2023 – 2024.

Menyatakan

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri serta atas bimbingan dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut, akan mencatumkan sumber dan mencatumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbuka sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencatumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian Surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya.

Surabaya, 22 Desember 2022

Yang membuat pernyataan



Dicky Ardiansyah



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 dibawah ini :

Nama : Dicky Ardiansyah
NBI / NPM : 1151600226
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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:

“ Strategi Integrated Marketing Communication SMA Al-Islam Krian dalam penerimaan peserta didik baru tahun 2023-2024”

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 : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 23 Desember 2022

Yang menyatakan,



Dicky Ardiansyah

ABSTRACT

This research examines the integrated marketing strategy at SMA Al-Islam Krian in the acceptance of new students for the academic year 2023 – 2024. The researcher is interested because this private school is known for its high discipline and has a large number of students. In the era of modernization, there has been a significant change in the marketing process in the world of education, so an integrated marketing strategy is needed. Integrated marketing is an effort to make all marketing activities and promotion agencies could make a positive image. The researcher uses the concept of integrated marketing as a material analysis in this study. This research uses a qualitative descriptive research type. Data collection techniques using interview, observation, and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data presentation, and conclusion. The result shows that SMA Al-Islam Krian integrates elements of integrated marketing communications starting from advertising, public relations, events, direct marketing, personal selling, and sales promotion in the acceptance of new students for the academic year 2023 – 2024.

Key word: Integrated Marketing, Acceptance of New Students, Advertising, Public Relations, Sales Promotion

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji mengenai strategi pemasaran terpadu dalam penerimaan peserta didik baru tahun 2023 – 2024 di SMA Al-Islam Krian. Peneliti tertarik karena sekolah swasta ini terkenal dengan kedisiplinan yang cukup tinggi dan memiliki siswa yang banyak. Dalam era modernisasi mengalami perubahan yang cukup signifikan pada proses pemasaran di dunia pendidikan. Sehingga diperlukan strategi pemasaran terpadu. Pemasaran terpadu merupakan upaya untuk menjadikan seluruh kegiatan pemasaran dan promosi instansi yang dapat menghasilkan citra atau image yang positif. Peneliti menggunakan konsep pemasaran terpadu sebagai bahan analisis dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan SMA Al-Islam Krian mengintegrasikan elemen komunikasi pemasaran terpadu mulai periklanan, hubungan masyarakat, event, pemasaran langsung, penjualan personal, dan promosi penjualan dalam penerimaan peserta didik baru tahun 2023 – 2024.

Kata Kunci: Pemasaran Terpadu, Penerimaan Peserta Didik Baru, Periklanan, Hubungan Masyarakat, Promosi Penjualan..

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi *Integrated Marketing Communication* SMA Al-Islam Krian dalam penerimaan peserta didik baru tahun 2023 – 2024”.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan pernah terwujud tanpa adanya dorongan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak – banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala kemudahan dan jalan sehingga penyusunan skripsi dapat selesai.
2. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom dan Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom selaku dosen pembimbing
3. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi.
4. Chelca, Terimakasih telah membuat penulis semangat dalam mengerjakan penelitian ini sampai selesai
5. Keluarga OSAKA yang selalu mendukung penuh dan membantu skripsi sehingga dapat terselesaikan
6. SMA Al-Islam Krian Khususnya seluruh wakil kepala sekolah, Pak Yoswidi, Pak Devit Williams karena telah memudahkan peneliti dalam memperoleh data sehingga penelitian ini dapat diselesaikan
7. Galang Endra Prakarsa yang selalu membantu dalam proses penulisan skripsi sehingga dapat terselesaikan

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt. dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Surabaya, Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Halaman Judul.....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Skripsi	iv
Lembar Pernyataan Keaslian.....	v
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	vi
Abstract.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	12
2.2.1 Penelitian Ferri Maswiatud (2021)	12
2.2.2 Penelitian Hafidullah Ardliawan (2015).....	13
2.2.3 Penelitian Arius Krypton (2018).....	13
2.2.4 Penelitian Yanti Trianita, (2021)	14

2.2.5 Penelitian Desy Satria Anas, (2019)	15
2.3 Landasan Teori	16
2.3.1 Integrated Marketing Communication	16
2.4 Kerangka Konsep	22
2.4.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	22
2.4.2 Komunikasi Pemasaran terpadu.....	23
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Jenis Penelitian	27
3.3 Subjek dan Objek	28
3.3.1 Subjek Penelitian	28
3.3.2 Objek Penelitian	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.4.1 Jenis Data (Primer dan Sekunder)	28
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.5.1 Reduksi Data	31
3.5.2 Penyajian Data.....	31
3.5.3 Penarikan Kesimpulan.....	32
3.6 Keabsahan data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Profil SMA Al-Islam Krian	33
4.1.1 Deskripsi SMA Al-Islam Krian	33
4.1.2 Identitas SMA Al-Islam Krian.....	35
4.1.3 Visi dan Misi SMA Al-Islam Krian.....	35
4.1.4 Struktur SMA Al-Islam Krian	35
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	36

4.3 Strategi Integrated Marketing Communication.....	37
4.4 Perencanaan Strategi IMC SMA Al-Islam Krian.....	38
4.5 Penerapan Strategi IMC	40
4.5.1 Periklanan.....	40
4.5.2 Hubungan Masyarakat.....	44
4.5.3 Pemasaran Langsung	45
4.5.4 Penjualan Personal	46
4.5.5 Promosi Penjualan	48
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Rekomendasi	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3. 1 Karakteristik Informan	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo SMA Al-Islam Krian.....	33
Gambar 4. 2 Gedung SMA Al-Islam Krian.....	34
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi SMA Al-Islam Krian	36
Gambar 4. 4 Periklanan Media Sosial	40
Gambar 4. 5 Pemasangan Baliho.....	42
Gambar 4. 6 Pembagian Brosur.....	43
Gambar 4. 7 Kegiatan Pemasaran Langsung.....	45
Gambar 4. 8 Pembagian Voucher.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara.....	55
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara	57
Lampiran 3 : Gambar dan Dokumentasi.....	65
Lampiran 4 : Kartu Bimbingan.....	71
Lampiran 5 : Lembar Revisi	73
Lampiran 6 : Hasil Turnitin.....	76