

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
PADA UMKM POTTAPOTS DALAM MENINGKATKAN
BRAND IMAGE MELALUI INSTAGRAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

JESICA NAFTALI LEYLOH

NBI : 1151800120

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
PADA UMKM POTTAPOTS DALAM MENINGKATKAN
BRAND IMAGE MELALUI INSTAGRAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

JESICA NAFTALI LEYLOH

NBI : 1151800120

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Jesica Naftali Leyloh

NBI : 1151800120

**Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PADA
UMKM POTTAPOTS DALAM MENINGKATKAN BRAND
IMAGE MELALUI INSTAGRAM**

Mengetahui

Surabaya, 08 Januari 2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Disetujui Oleh

Dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing I

Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

Herlina Kusumaningrum, S.Sos., Ma

NPP. 20120870103

NPP. 20150180774

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

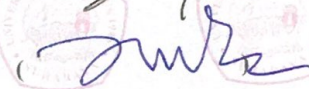
Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 08 Januari 2024.

Dewan Penguji :

1. Herlina Kusumaningrum, S.Sos., Ma

()

2. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

()

3. Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom

()

Mengesahkan

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

Dekan



Dr. Pa. Ayu Maduwiniarti, MP

NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Jessica Naftali Leyloh

NBI : 1151800120

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Umkm Pottapots
Dalam Meningkatkan Brand Image Melalui Instagram

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya kerjakan benar-benar merupakan hasil karya ilmiah saya pribadi dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Apabila saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Jika di kemudian hari Skripsi saya terbukti sebagai hasil dari plagiat karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang sudah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran penuh.

Surabaya 08 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Jessica Naftali Leyloh)



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 : Jesica Naftali Leyloh
NBI/ NPM : 1151800120
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 Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Umkm Pottapots Dalam Meningkatkan Brand Image Melalui Instagram”

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 : 08 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Jesica Naftali Leyloh)

ABSTRACT

The majority of businesses in Indonesia are dominated by UMKM micro, small, and medium enterprises. The aim of the existence of UMKM micro,small, and medium enterprises is to develop and improve their businesses to support national economic development based on the principles of fair economic democracy. UMKM micro,small, and medium enterprises users, such as Pottapots, face significant challenges in the marketing process today, so an integrated marketing strategy is needed. Integrated marketing is an effort to do all promotions and marketing. Activities improve the process of raising brand awareness of Pottapots products. This research uses the concept of integrated marketing as an analysis. The method used in this research is qualitative. Data collection Techniques using interviews, observation, and documentation. Based on the results of research and data collection conducted by researchers on all matters Relating to integrated marketing communication activities in improving the brand image through Instagram. So it can be concluded that Pottapots applies advertising, direct marketing, interactive media, sales promotion, public relations, personal selling, and events as marketing activity methods.

Keyword: *Brand Image, Integrated Marketing Communication*

ABSTRAK

Mayoritas bisnis di Indonesia di dominasi oleh UMKM dengan skala mikro, kecil, dan menengah. Tujuan dari keberadaan UMKM adalah untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha mereka dalam rangka mendukung pembangunan ekonomi nasional yang berlandaskan pada prinsip demokrasi ekonomi yang adil. Para pelaku UMKM, seperti Pottapots, menghadapi tantangan yang signifikan pada proses pemasaran saat ini, sehingga diperlukannya strategi pemasaran terpadu. Pemasaran terpadu merupakan upaya untuk menjadikan seluruh kegiatan promosi dan pemasaran dapat meningkatkan proses terjadinya kesadaran merek pada produk Pottapots. Penelitian ini menggunakan konsep dari pemasaran terpadu sebagai analisis dari penelitian ini, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, obeservasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian serta pengumpulan data yang dilakukan peneliti mengenai segala hal yang berhubungan dengan aktivitas *integrated marketing communication* dalam meningkatkan *brand image* melalui instagram. Maka dapat disimpulkan bahwa Pottapots menerapkan iklan, *direct marketing*, *media interactive*, promosi penjualan, hubungan masyarakat, *personal selling*, dan event sebagai metode aktivitas pemasaran.

Kata Kunci: Brand Image, Strategi Komunikasi Pemasaran Terepadu, UMKM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran terpadu pada umkm Pottapots dalam meningkatkan brand image melalui media sosial instagram. Penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan dan masih banyak ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Namun, Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan wawasan baru dalam meningkatkan kesadaran merek dengan menerapkan komunikasi pemasaran terpadu.

Penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, dan bantuan dalam perjalanan penelitian ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan, berkat, keyakinan dalam setiap proses pembuatan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, kakak jane dan jona yang senantiasa menguatkan serta mendoakan setiap proses hingga saat ini dan dukungan fasilitas berupa laptop dari oma dan kakak tercinta yang siaga dalam mengganti laptop saya yang rusak sehingga saya bisa melanjutkan perkuliahan dengan lancar.
3. Ibu Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA dan Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,Med.Kom, selaku dosen pembimbing satu dan pembimbing dua yang telah memberikan atas arahan, bimbingan, dan masukan berharga yang mereka berikan selama perjalanan penelitian ini. Dukungan dan wawasan mereka membantu Penulis dalam memahami dan mengembangkan strategi digital marketing yang efektif.
4. Resty Perwitasari selaku saudara perempuan saya yang telah memberikan dukungan dalam penguatan iman secara rohani sehingga dapat menguatkan saya ketika patah semangat.
5. Terima kasih kepada orang yang spesial di hidup saya saat ini, yang dimana selalu bersabar dalam mendukung, menemani dan membantu saya dari awal masuk perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini.
6. Penulis juga berterima kasih kepada teman-teman saya yaitu Wildan dan Riyant yang tidak pernah bosan dalam memberikan dukungan dan semangat dalam meyakini bahwa saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai. Berikutnya kepada Nanda sebagai teman angkatan saya yang bisa sama-sama berjuang dan saling memberikan semangat untuk dapat melewati proses ini sampai terakhir.

7. Penulis juga berterima kasih kepada cik santi selaku atasan accounting dan ce cristine selaku spv saya yang telah mendukung saya dalam melanjutkan pendidikan ini.
8. Berikutnya saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah mampu dan berusaha dalam melewati setiap proses tugas akhir ini dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dalam setiap proses yang dilewati ini.

Akhir kata semoga skripsi ini mampu membawa manfaat terhadap semua pihak yang membaca dan mempelajari. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari definisi kesempurnaan, penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pelaku UMKM dan pihak-pihak yang terkait dalam memperluas pemahaman tentang penerapan strategi pemasaran terpadu dalam meningkatkan brand image melalui media sosial instagram

Penyusun

Jesica Naftali Leyloh

DAFTAR ISI

COVER / HALAMAN SAMPUL	I
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	II
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	III
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	V
ABSTRACT	VI
ABSTRAK	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	20
2.3. Kerangka Konsep.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Pendekatan Penelitian	41
3.2. Jenis Penelitian.....	41
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	42
3.4. Metode Pengumpulan Data	42
3.5. Teknik Analisis Data.....	44
3.6. Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.2. Hasil Penelitian	48
4.3. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. 2 Elemen Bauran Promosi Morrison	24
Tabel 2. 3 Kerangka Konsep	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Pottapots.....	47
Gambar 4. 2 Wawancara dengan informan pertama (Febri)	49
Gambar 4. 3 Wawancara dengan informan (Dinda).....	49
Gambar 4. 4 Wawancara dengan konsumen (Deva)	50
Gambar 4. 5 Wawancara dengan konsumen (Alan).....	50
Gambar 4. 6 Gambar Konten Instagram yang telah diunggah	52
Gambar 4. 7 Gambar Fitur Reels	52
Gambar 4. 8 Foto Bersama Konsumen Pottapots.....	54
Gambar 4. 9 Pemasaran Interaktif.....	55
Gambar 4. 10 Promosi Penjualan.....	57
Gambar 4. 11 Promosi Penjualan.....	58
Gambar 4. 12 Promosi Penjualan.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Guide Wawancara	72
Lampiran 2: Dokumentasi.....	74
Lampiran 3: Kartu Bimbingan.....	79
Lampiran 4: Lembar Revisi Ujian Skripsi	81
Lampiran 5: Surat Keterangan Turnitin.....	83
Lampiran 6: Hasil Turnitin Jurnal	85