

**STRATEGI MARKETING SUPPORT DALAM
MENINGKATKAN CITRA POSITIF DI PT KENCANA
MAJU BERSAMA SURABAYA MELALUI
KERJASAMA EKSTERNAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

DEVY LAILY ASIH UTAMI

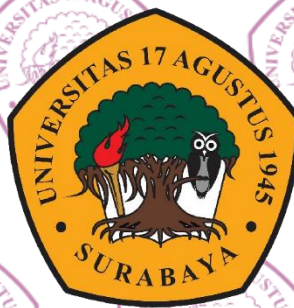
NBI: 1152000054

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

**STRATEGI MARKETING SUPPORT DALAM
MENINGKATKAN CITRA POSITIF DI PT KENCANA
MAJU BERSAMA SURABAYA MELALUI
KERJASAMA EKSTERNAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

DEVY LAILY ASIH UTAMI

NBI: 1152000054

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

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Devy Laily Asih Utami

NBI : 1152000054

**Judul :Strategi Marketing Support Dalam Meningkatkan Citra Positif
PT. Kencana Maju Bersama Melalui Kerjasama Eksternal**

Surabaya, 8 Juli 2024

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

**Disetujui oleh
Dosen Pembimbing I**


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP 20120870103


Dr. Hamim, S.Sos., M.I Kom
NPP 20150130616

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 8 Juli 2024

Dewan Penguji:

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

Ketua

2. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom

Anggota

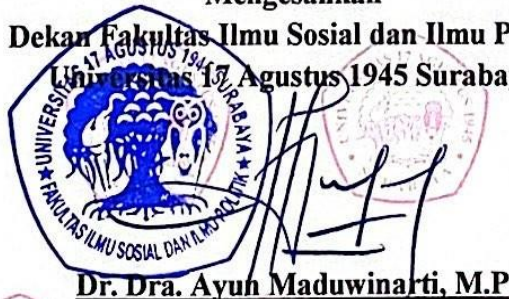
3. Fransisca Benedicta Avira Citra

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

Anggota

Mengesahkan

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


Dr. Dra. Ayuh Maduwinarti, M.P

NPP 20120870103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Devy Laily Asih Utami

NIM : 1152000054

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Marketing Support Dalam Meningkatkan Citra
Positif Di PT. Kencana Maju Bersama Sjurabaya
Melalui Kerjasama Eksternal

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sediri dan atas bimbingan dari 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. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesada-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang- undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 09 Juli 2024

Yang Menulis Pernyataan



0303CALX289148066

(Devy Laily Asih Utami)



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 sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Devy Laily Asih Utami
NBI : 1152000054
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

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

**“Strategi Marketing Support Dalam Meningkatkan Citra Positif PT.
Kencana Maju Bersama Melalui Kerjasama Eksternal”**

Dengan *Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-
Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak
menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam
bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya
ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 9 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Devy Laily Asih Utami)

ABSTRACT

PT Kencana Maju Bersama is a company engaged in the distribution of light steel throughout Indonesia. As a distribution company, PT Kencana Maju Bersama has an organizational structure that is oriented towards marketing aspects. In 2019 PT Kencana still does not have an organizational structure tasked with building its company image, it is more focused on marketing (sales).

In 2021 PT Kencana Maju Bersama will begin to shape the company's image internally by forming Marketing Support, telemarketing and sales divisions. The 3 divisions are interconnected under the marketing supervisor. This marketing support replaces the task of Public Relations which is to increase a positive image with various activities or programs involving external parties.

The most appropriate external collaboration is sponsorship. Marketing support at PT Kencana adopts Cuttip & Scoot's 4-step Public Relations theory to carry out its duties. Marketing support collaborates in the form of major sponsorship at the East Java Thrift Festival event. This sponsorship collaboration succeeded in expanding the community's positive assumptions and increasing PT Kencana Maju Bersama's engagement.

The method used in this research is descriptive qualitative by taking samples from main and supporting sources. Data was taken from PT Kencana Maju Bersama's Instagram social media and also the East Java Thrift Festival.

Keywords: image, PT Kencana Maju Bersama, Marketing Support

ABSTRAK

PT Kencana Maju Bersama merupakan perusahaan yang bergerak dibidang distribusi baja ringan ke seluruh Indonesia. Sebagai perusahaan distribusi PT Kencana Maju Bersama memiliki struktur organisasi yang berorientasi pada aspek marketing. Pada tahun 2019 PT Kencana masih belum memiliki struktur organisasi yang bertugas membangun itra perusahaannya, lebih difokuskan pada marketing pemasaraan (sales).

Ditahun 2021 PT Kencana Maju Bersama mulai membentuk citra perusahaan melalui internal dengan membentuk divisi *Marketing Support*, telemarketing dan sales. 3 divisi tersebut saling keterkaitan dibawah *supervisor marketing*. Marketing support ini menggantikan tugas Public Relation yang meningkatkan citra positif dengan berbagai kegiatan ataupun program yang melibatkan pihak-pihak Eksternal.

Kerjasama eksternal yang paling sesuai adalah sponsorsrship. *Marketing support* di PT Kencana mengadopsi teori 4 langkah Public Relation milik Cuttip & Scoot untuk menjalankan tugasnya. *Marketing support* menjalin kerjasama dalam bentuk sponsorship utama di event Jatim Thrift Festival. Kerjasama sponsorship ini berhasil memperluas asumsi positif masyarakat dan meningkatkan engagement PT Kencana Maju Bersama.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan mengambil sample melalui narasumber utama dan pendukung. Data diambil dari sosial media Instagram PT Kencana Maju Bersama dan juga Jatim Thrift Festival.

Kata kunci : Citra, PT Kencana Maju Bersama, Marketing Support

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan Syukur atas kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan kemudahan, rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, serta junjungan nabi besar Nabi Muhammad SAW dalam menyelesaikan tugas akhir Skripsi. Skripsi yang berjudul “Strategi Marketing Support Dalam Meningkatkan Citra PT Kencana Maju Bersama Melalui Kerjasama Eksternal” dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini menjadi syarat kelulusan pascasarjana (S1) program studi Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah berperan memberikan bimbingan, arahan, kerjasama, semangat dan do’a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan fasilitas belajar di kampus Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan arahan;
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.KOM.,M.MED.KOM, yang telah memberikan motivasi;
4. Terima kasih banyak kepada Bapak Dr. Hamim, S.SOS.,M.I.KOM, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bantuan, bimbingan, waktu, semangat dan kesabaran serta saran-saran yang

telah diberikan, dan juga arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai;

5. Terima kasih kepada Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.SOS., M.MED.KOM, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberi nasehat, semangat, serta ilmu yang bermanfaat untuk mengerjakan skripsi ini;
6. Terima kasih banyak kepada Ayah Akhmad Muyasin dan Mama Asih selaku kedua orang tua saya, yang telah mensupport materi, doa, semangat dan motivasi sehingga diberikan kemudahan dan kelancaraan dalam penulisan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada Hanny Wulandari Yasin selaku kakak kandung yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam sistematika penulisan skripsi
8. Terimakasih kepada Nazhif Aldimas Syahreza yang sudah menemani selama 4 tahun terakhir dan mengikuti kisah perjalanan penulis. Selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan untuk tidak malas dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada nenek Sulastri yang telah memberikan doa, mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi.
10. Terimakasih kepada nenek Siti dan Tante Umi yang selalu mengingatkan dan menyemangati ketika penulis mulai lelah.
11. Terimakasih kepada tante Titik Apriyanti yang selalu mau direpotkan dengan membantu menyiapkan keperluan dan kebutuhan selama kuliah sampai skripsi ini terselesaikan.
12. Terimakasih kepada sahabat saya Haliza Noor, Johan Bagaskara yang telah menjadi sumber informasi ketika penulis mengalami kesulitan

dan bantuan serta selalu memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.

13. Terimakasih kepada sahabat semasa Sekolah Dasar Dila, Febby dan Fifin yang telah memberikan candaannya untuk menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi
14. Terimakasih kepada teman-teman Inklusi Squad Sandrina, Dendi, dan Rina yang selalu melontarkan candaannya untuk menyemangati penulis
15. Terimakasih untuk teman-teman angkatan 2020 dari semua program studi di Universitas 17 Agustus 1945 yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi
16. Terimakasih yang sebanyak-banyaknya untuk Devy Laily selaku penulis dalam skripsi ini karena bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu walaupun bersamaan dengan kerja yang fulltime.

Surabaya, 9 Juli 2024

(Devy Laily Asih Utami)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
Abstrak.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1. Teori Manajemen Kesan	15

2.3. Landasan Konseptual	17
2.3.1 Strategi Kerjasama Marketing Support.....	17
2.3.2. Marketing Support.....	23
2.2.2. Public Relations.....	25
2.2.3. Citra Positif.....	29
2.2.4. Jenis – Jenis Citra Dalam Sebuah Perusahaan	32
2.2.5. <i>Stakeholders</i> Eksternal (Kerjasama <i>Sponsorship</i>).....	35
2.2.5. Pola Komunikasi Dalam Merencanakan Strategi Kerjasama Sama Eksternal.....	38
2.4. Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Pendekatan Penelitian.....	43
3.2 Jenis Penelitian.....	44
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	45
3.3.1 Subjek Penelitian.....	45
3.3.2 Objek Penelitian	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5 Analisis Data	49
3.6 Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.2 Visi – Misi PT Kencana Maju Bersama	55
4.1.3 Struktur Organisasi	56
4.1.4 Lokasi dan Letak PT Kencana Maju Bersama.....	60
4.1.5 Produk yang dijual di PT Kencana Maju Bersama.....	61

4.1.6 Deskripsi Subjek Penelitian.....	63
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	67
4.2.1 Strategi Kerjasama Marketing support PT Kencana Maju Bersama..	68
4.4.2 Bentuk Kerjasama Eksternal Dalam Bidang Sponsorship	73
4.4.3 Citra PT Kencana Maju Bersama	82
4.4.4 Hambatan Dalam Kerjasama Sponsorsrship Marketing Support Dengan Jatim Thrift Festival	87
BAB V PENUTUP	91
5. 1 Kesimpulan.....	91
5.2 Rekomendasi Penelitian.....	94
5.2.1. Bagi PT Kencana Maju Bersama	94
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo PT Kencana Maju Bersama.....	55
Gambar 4. 2 Letak PT Kencana Maju Bersama	62
Gambar 4. 3 Produk Kencana.....	64
Gambar 4. 7 Media Massa dan Media Sosial PT Kencana Maju Bersama	75
Gambar 4. 8 logo Jatim Thrift Shop Community	76
Gambar 4. 9 Peresmian Jatim Thrift bersama Kencana di Jatim Thrift Festival vol 5	80
Gambar 4. 10 Kencana menjadi sponsor utama	81
Gambar 4. 11 media sosial Jatim thrift Festival	84
Gambar 4. 12 website PT Kencana Maju Bersama	85
Gambar 4. 13 Berita kerjasama di website Kencana	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Kriteria subjek penelitian	50

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Strategi Komunikasi Marketing Support.....	30
Bagan 2.2 Pola Komunikasi Laswell.....	38
Bagan 2.3 Kerangka konsep penelitian	42
Bagan 4.1 Struktur organisasi PT Kencana Maju Bersama	59

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Pertanyaan Narasumber Utama
- Lampiran 2: Transkrip Wawancara Supervisor Marketing PT Kencana
Maju Bersama
- Lampiran 3: Transkrip Wawancara Tim Marketing Support PT Kencana
Maju Bersama
- Lampiran 4: Transkrip Wawancara Founder Jatim Thrift Festival
- Lampiran 5: Dokumentasi kerjasama eksternal
- Lampiran 6: Dokumentasi Kerjasama Sponsorship
- Lampiran 7: Dokumentasi PT Kepuh Kencana Arum