

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
ROYHAN NI AMILLAH SEBAGAI SARANA PROMOSI
USAHA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Royhan Ni
Amillah)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

Arman Maulana

NPM : 1152000146

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

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
ROYHAN NI AMILLAH SEBAGAI SARANA PROMOSI
USAHA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Royhan Ni
Amillah)
SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh:
Arman Maulana
NPM : 1152000146**

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

TAHUN 2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Arman Maulana
NIM : 1152000146
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Royhan Ni Amillah Sebagai Sarana Promosi Usaha

Surabaya, 4 Juli 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, MP
NPP : 20120870103


Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana
S. Sos., M. Med. Kom
NPP : 20150180777

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 29 Juni 2024

Dewan Penguji

1. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana ()

S. Sos., M. Med.Kom

Ketua

2. Fransisca Benedicta Avira Citra ()

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

Anggota

3. Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi ()

Anggota

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN ORSINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arman Maulana

NBI 1152000146

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Royhan Ni Amillah Sebagai Sarana Promosi Usaha

Menyatakan bahwa :

1. 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 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 dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian 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 telah saya peroleh.

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

Surabaya, 09 Juli 2024
Yang membuat pernyataan



Arman Maulana
NBI: 1152000146



**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,
Sayayang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arman Maulana
NBI : 1152000146
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

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 Royhan Ni Amillah Sebagai
Sarana Promosi Usaha”**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (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 tetaptercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 09 Juli 2024



Arman Maulana

MOTTO

“Berbuatlah kebaikan karna berbuat kebaikan itu adalah menyenangkan”

“Jadilah orang baik karena apa yang kamu tanam itu yang akan kamu tuai”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Dengan ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Aba dan Umik, kakak yang telah membantu dalam hal memberikan semangat, doa serta membantu dalam hal materi sehingga terselesaikannya perkuliahan ini.
2. Nafa kaylaa yang telah mensupport saya dalam mengerjakan skripsi, menerima keluh kesah dalam menghadapi masalah sulit pada proses pengerjaan skripsi dan selalu memberikan vibes yang positif semua hal itu sangat berarti untuk menjadi support system dan moodbooster saya dalam pengerjaan skripsi ini.
3. Khoirul Anam, Naafi, Krisna, Sahrul, yang telah memberikan semangat serta motivasi serta yang selalu menghibur dengan canda tawa dari awal kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini. Terimakasih sudah menjadi teman yang selalu memberikan support.
4. Segenap civitas akademika Perguruan Tinggi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang saya banggakan.

ABSTRAK

Arman Maulana, 2024, **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU ROYHAN NI AMILLAH SEBAGAI SARANA PROMOSI USAHA (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Royhan Ni Amillah)**

Penelitian ini meneliti strategi komunikasi pemasaran terpadu Royhan Ni Amillah sebagai sarana promosi usaha, komunikasi pemasaran terpadu merupakan konsep penting dalam bidang pemasaran yang berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Pendekatan strategis ini untuk mengoptimalkan efektivitas komunikasi dengan mengoordinasikan berbagai saluran pemasaran, termasuk sarana promosi usaha yang dilakukan oleh Mas Roy hal ini untuk menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan menarik kepada audiens target. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Strategi komunikasi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh Royhan Ni Amillah dalam promosi usaha dengan metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif terhadap 3 narasumber yang berhubungan dengan bisnis Mas Roy dan pernah membeli produk dari Mas Roy. Untuk mengumpulkan data menggunakan teknik wawancara. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Mas Roy menerapkan lima komponen Integrated Marketing Communication. Komponen-komponen itu berupa Advertising, Sales Promotion, Public Relation, Personal Selling dan Event Marketing. Untuk Advertising sendiri Mas Roy lebih ke promosi melalui media social seperti konten tiktok, Dengan ini strategi komunikasi pemasaran terpadu miliknya sangat berkembang dan besar sehingga memiliki dampak yang di dapatkan sangat signifikan sehingga bisa membantu orang-orang Sekitaran Mas Roy.

Kata kunci : Komunikasi pemasran terpadu, Pemasaran, Promosi

ABSTRACT

Arman Maulana, 2024, **ROYHAN NI AMILLAH'S INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY AS A MEANS OF BUSINESS PROMOTION (Qualitative Descriptive Study of Royhan Ni Amillah's Marketing Communication Strategy)**

This research examines Royhan Ni Amillah's integrated marketing communications strategy as a means of business promotion. Integrated marketing communications is an important concept in the marketing field that has developed rapidly in the last few decades. This strategic approach is to optimize communication effectiveness by coordinating various marketing channels, including business promotion tools carried out by Mas Roy, to convey clear, consistent and attractive messages to the target audience. The purpose of this research is to describe what marketing communication strategies are carried out by Royhan Ni Amillah in business promotion with research methods using descriptive qualitative research on 3 sources who are related to Mas Roy's business and have purchased products from Mas Roy. To collect data using interview techniques. The results of this research found that Mas Roy implemented five components of Integrated Marketing Communication. These components are Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling and Event Marketing. For advertising itself, Mas Roy is more concerned with promotion through social media such as TikTok content. With this, his integrated marketing communication strategy is very developed and large so that it has a very significant impact so that it can help the people around Mas Roy. Keywords : Integrated Marketing Communication, Marketing, Promotion.

Keywords Komunikasi pemasaran terpadu, Marketing, Promotion

KATA PENGANTAR

Segala puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Implementasi IMC Royhan Ni Amillah Melalui Akun Tiktok Sebagai Sarana Promosi Usaha” (Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi IMC Terhadap Akun @masroyganteng)** telah diselesaikan dengan baik. Penelitian tersebut dilakukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih memiliki sebuah kekurangan baik dari segi bahasa dan tatanan yang digunakan maupun dari segi penyusunan kalimat. Untuk itu penulis dengan sadar mengucapkan mohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Penulis juga telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang sudah memberikan dukungan, bimbingan, masukan, serta saran yang berguna selama proses penelitian ini. Ucapan terimakasih ditujukan kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarni, M.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing I yang tentunya telah memberikan arahan, saran, masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

4. Dr. Bambang Sigit Pramono, M.Si selaku dosen pembimbing II yang tentunya telah memberikan arahan, saran, masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff serta pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas pemberian kemudahan, kelancaran, sarana dan prasarana penunjang pembelajaran selama di kampus..
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Hari dan Ana khomariyana yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah yang dipilih oleh penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Penulis berharap bisa menjadi anak yang dibanggakan dalam keluarga.
7. kedua Kakak kandung saya Andika pratama & Muhammad roni yang selalu sabar menghadapi Penulis dalam sehari-harinya, dan yang selalu mendoakan, menasehati, serta memberikan motivasi sampai saat ini.
8. Roy Ni Amillah dan Ajih maga selaku informan telah membantu penulis dalam proses wawancara.
9. Teman dekat penulis, Moch. Khoirul Anam, Naafi Nurasni Putri, dan teman-teman Only Scoots yang telah memberikan support selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Nafa kayla yang selalu memberikan support dan semangat, sehingga membuat penulis moodnya happy terus, serta mendoakan terus menerus biar lancar.
11. Semua teman-teman prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2020, dan teman-teman lainnya.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih telah membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Sebagai manusia biasa tentunya penulis tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan dalam bentuk ucapan maupun perbuatan. Penulis pun menyadari bahwasannya skripsi yang telah dikerjakan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu sebagai penulis butuh segala kritik dan saran yang nantinya akan membangun penulis kedepannya dalam mengerjakan apapun itu. Akhir kata yang dapat penulis sampaikan semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang berada di dalamnya.

Surabaya, 21 Juni 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Arman Maulana', is centered on the page. The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

Arman Maulana
1152000146

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORSINALITAS.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Critical Review	12
2.3 Landasan Teori	14
2.4 Landasan konseptual.....	18

2.4.4. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	20
2.4.6. Pengertian Promosi.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Pendekatan Penelitian.....	23
3.2 Jenis Penelitian	23
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	24
3.3.1 Subjek penelitian	24
3.3.2. Objek Penelitian	24
3.4 Metode Pengumpulan Data	24
3.4.1 Jenis Data (Primer dan Sekunder)	24
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Analisis Data	26
3.6 Keabsahan Data / Validitas.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN	29
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	29
4.1.1 Deskripsi Subjek Penelitian.....	29
4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian	29
4.1.3 Sejarah Perusahaan Bakso Mas Roy & Mafia Gedang	29
4.1.4 Profil Perusahaan.....	32
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	33
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Mas Roy	33
4.2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication).....	36
BAB V PENUTUP	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Rekomendasi	47

DAFTAR PUSTAKA48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 1. 2 Kerangka Berpikir.	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 Logo Mafia Gedang	32
Gambar 3 Logo Bakso Mas Roy	32
Gambar 4 <i>Integrated Marketing Communication</i>	36
Gambar 1.1 Akun Sosial Media Mas Roy	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 2 Daftar Pertanyaan.....	51
Lampiran 1. 3 Scripting Wawancara	52
Lampiran 1. 4 Dokumentasi	61
Lampiran 1. 5 Kartu Bimbingan.....	63
Lampiran 1. 6 Hasil Turnitin	65
Lampiran 1. 7 Lembar Revisi Dosen Penguji 1.....	66
Lampiran 1. 8 Lembar Revisi Dosen Penguji 2.....	67
Lampiran 1. 9 Lembar Revisi Dosen Penguji 3.....	68