

***Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam
Meningkatkan Minat Pengunjung Gamedia Store di Royal Plaza
Surabaya***

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1 Program
Studi Ilmu Komunikasi

SKRIPSI



Muhammad Iqbal Setiawan
NBI : 1152000042

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

***Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam
Meningkatkan Minat Pengunjung Gramedia Store di Royal Plaza
Surabaya***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

**Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1 Program
Studi Ilmu Komunikasi**



Muhammad Iqbal Setiawan
NBI : 1152000042




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

2024

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: 04 juli 2024

Dewan Penguji :

1. **Dr. Bambang Sigit Pramono S.Sos., M.Si** ()
Ketua
2. **Novan Andrianto, S.I.kom., M.I.kom** ()
Anggota
3. **Wahyu Kuncoro, ST, M. Med.kom** ()
Anggota

Mengesahkan

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


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Iqbal Setiawan

NBI : 1152000042


Judul : Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam
Meningkatkan Minat Pengunjung Gramedia Store di Royal Plaza
Surabaya

Surabaya, 4 Juli 2024

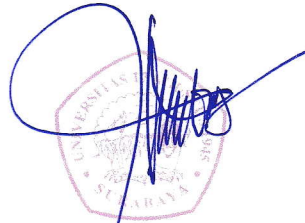
Mengetahui,
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Ayun Maduwinati, M.P
NPP:20120870103



Dr. Bambang Sigit Pramono
S.Sos., M.Si
NPP:20150210848

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Iqbal Setiawan
NIM : 1152000042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa sebagian maupun secara keseluruhan isi yang terdapat pada Skripsi saya yang berjudul,

STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC) DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG GRAMEDIA STORE DI ROYAL PLAZA SURABAYA

Merupakan benar-benar hasil karya tulis yang bersifat intelektual mandiri dan diselesaikan tanpa adanya unsur-unsur yang tidak diizinkan serta bukan merupakan karya intelektual milik orang lain yang saya akui sebagai karya sendiri.

Segala sumber referensi yang saya gunakan sebagai rujukan penulisan Tugas Akhir ini telah tertulis secara detail dan lengkap pada daftar pustaka. Apabila ternyata pernyataan ini tidak sesuai dengan kebenaran, maka saya bersedia menerima segala bentuk sanksi peraturan yang telah ditetapkan.

Surabaya, 5 Juli 2024



Muhammad Iqbal Setiawan

NIM : 1152000042



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: 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 : Muhammad Iqbal Setiawan
NBI : 1152000042
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 Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

“STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG GRAMEDIA STORE DI ROYAL PLAZA SURABAYA”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*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 nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 15 Juni 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Iqbal Setiawan
NIM: 1152000042



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: 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 : Muhammad Iqbal Setiawan
NBI : 1152000042
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 Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

“STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG GRAMEDIA STORE DI ROYAL PLAZA SURABAYA”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*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 nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 15 Juni 2024

Yang menyatakan,

Muhammad Iqbal Setiawan
NIM: 1152000042

ABSTRAK

Integrated Marketing Communication adalah sebuah model komunikasi pemasaran yang mengintegrasikan semua unsur bauran promosi dengan asumsi bahwa tidak ada satu unsur pun yang terpisah dalam mencapai tujuan pemasaran yang efektif. Strategi *Integrated Marketing Communication* banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan salah satunya Gramedia Store. Strategi ini digunakan dengan harapan minat pengunjung untuk berkunjung ke Gramedia Store menjadi lebih banyak yang berminat. Saat ini, dengan teknologi yang semakin canggih membuat rata-rata pengunjung lebih memilih menggunakan buku berbasis online dibandingkan membelinya secara langsung. Selain itu, strategi pemasaran yang kurang juga berpengaruh terhadap minat pengunjung ke Gramedia. Penting bagi Perusahaan untuk mengevaluasi dan menentukan strategi yang tepat dan menarik minat pengunjung dalam pemasaran produk. Maka dari itu diharapkan melalui adanya strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan minat pengunjung Gramedia Store Surabaya. Dalam penelitian ini, peneliti dapat menghasilkan sebuah kesimpulan data yang dapat digambarkan secara rinci dan deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk mengumpulkan informasi sebanyak mungkin yang kemudian dipaparkan dalam bentuk deskriptif sehingga informasi yang didapat tersebut dapat disimpulkan secara berkesinambungan dengan teori yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gramedia Store di Royal Plaza Surabaya memanfaatkan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan website untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran merek. Mereka berbagi konten menarik tentang koleksi buku, promosi, dan acara toko sesuai tren lokal. Program loyalitas melalui aplikasi My Value meningkatkan retensi pelanggan. Strategi humas yang efektif dan pemasaran langsung melalui WhatsApp dan email juga diterapkan. Dengan memanfaatkan e-commerce seperti Lazada dan Shopee, Gramedia Store berhasil memperluas pasar dan mempertahankan posisi sebagai toko buku terpercaya di Surabaya.

Kata Kunci : *Intelgrated Marketing Communication* (IMC), Gramedia Store, *Digital platforms*

ABSTRACT

Intelgrated Marketing Communication is a marketing communication model that integrates all elements of the promotional mix with the assumption that not a single element is isolated in achieving a comprehensive marketing goal. Integrated Marketing Communication is widely used by companies, one of which is Gramedia Store. This strategy is used in the hope of attracting visitors to visit the Gramedia Store so that more visitors come. Nowadays, increasingly sophisticated technology means that the average visitor is more likely to use books online than buying them in person. In addition, inadequate marketing strategies also have an impact on visitor interest to Gramedia. It is important for the Company to evaluate the results and determine the right strategy and attract visitor interest in product marketing. Therefore, it is hoped that through the Intelgrated Marketing Communication (IMC) strategy, it can help the company in increasing the interest of visitors to Gramedia Store Surabaya. In scientific research, research can produce a collection of data that can be described in detail and in detail. Scientific research is used to gather as much information as possible which can then be presented in the form of a digital analysis so that the information obtained can be concluded in a sequential manner in connection with existing information. The research results show that the Gramedia Store at Royal Plaza Surabaya utilizes digital platforms such as Instagram, TikTok and websites to expand reach and increase brand awareness. They share interesting content about book collections, promotions and store events according to local trends. The loyalty program through the My Value application increases customer retention. Effective public relations strategies and direct marketing via WhatsApp and email are also implemented. By utilizing e-commerce such as Lazada and Shopee, Gramedia Store has succeeded in expanding its market and maintaining its position as a trusted bookstore in Surabaya.

Keywords: Integrated Marketing Communication (IMC), Gramedia Store, Digital platforms

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini dengan Judul “*Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Gramedia Store di Royal Plaza Surabaya*” guna untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan gelar sarjana strata satu (S-1) pada jurusan Ilmu komunikasi, fakultas ilmu social dan ilmu politik, universitas 17 agustus 1945 surabaya. Penulisan skripsi ini dapat berjalan lancar tidak lepas dari bimbingan, dukungan, pengarahan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis dengan tidak mengurangi rasa hormat mengucapkan terima kasih kepada:

1. ALLAH SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar.
2. Keluarga yang telah memberikan doa dan support untuk terus konsistensi dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
3. Bapak Dr. Bambang Sigit Pramono, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan saran yang berguna dalam penyusunan laporan skripsi.
4. Arras Eka Widoty yang selalu memberikan support dalam keadaan apapun selama saya melakukan penelitian.
5. Teman saya Ridwan Fadhilah, dan Roziq Firmansyah yang telah membantu saya pada saat penelitian berlangsung.

Dalam kesempatan ini penulis juga mohon maaf yang sebesar-besarnya kepada semua pihak diatas apabila selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi banyak kesalahan dan kekurangan yang penulis lakukan karena keterbatasan dan ketidak tahuan penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut serta mewujudkan skripsi ini dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Surabaya, 15 Juni 2024

Penyusun,

Muhammad Iqbal Setiawan

DAFTAR ISI

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
TANDA PESETUJUAN SKRIPSI	III
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI	IV
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	V
ABSTRAK	VI
<i>ABSTRACT</i>	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Teoritis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.1.1 Critical Review.....	11
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Teori Integrated Marketing Communication.....	12
2.2.2 Konsep Integrated Marketing Communication	13
2.2.3 Komponen-Komponen IMC	14
2.3 Landasan Konseptual	15

2.3.1 Gramedia	15
2.3.2 Komunikasi Pemasaran	16
2.3.2 Minat Pengunjung.....	16
2.4 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Jenis Penelitian	21
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	21
3.4 Metode Pengumpulan Data	22
3.4.1 Jenis Data (Primer dan Seunder)	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Teknik Analisis Data	23
3.7. Keabsahan Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	27
4.1.1 Subjek Penelitian	27
1) Sejarah Gramedia	27
2) Visi dan Misi	27
3) Struktur Organisasi	28
4) Analisis SWOT.....	28
5) Produk dan Jasa	29
4.1.2 Objek Penelitian.....	29
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	29
4.2.1 Advetising.....	30
4.2.2 Pemasaran Langsung (Direct Marketing).....	34
4.2.3 Internet Marketing	36
4.2.4 Promosi penjualan konsumen	40
4.2.5 Humas dan Publikasi	42

4.2.6	<i>Personal Selling</i>	44
BAB V PENUTUP.....		49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Rekomendasi	50
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN.....		53
Lampiran 1 Hasil Wawancara.....		53
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara		56
Lampiran 3 Bukti Cek Plagiasi		57
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi		58
Lampiran 5 Lembar Perintah Revisi Penguji 1		60
Lampiran 6 Lembar Perintah Revisi Penguji 2		61
Lampiran 7 Lembar Perintah Revisi Penguji 3		62
Lampiran 8 Lembar Hasil Turnitin		63
BIOGRAFI.....		69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 3. 1 Bagan Analilsils Data (Nugrahanil, 2014).	24
Gambar 4. 1 Akun Instagram Gamedia Store Royal Plaza Surabaya	31
Gambar 4. 2 Akun TikTok Gamedia Store Royal Plaza Surabaya	32
Gambar 4. 3 Website Gamedia Store Untuk Seluruh Cabang	33
Gambar 4. 4 Even Khusus Pameran Buku Di Gamedia Store Royal Plaza Surabaya.....	40
Gambar 4. 5 Diskon Loyalty program (Membership) untuk pengguna baru My Value di gamedia store Royal Plaza Surabaya.....	42
Gambar 4. 6 Konten Marketing gamedia store royal plaza surabaya di akun instagram	43
Gambar 4. 7 Diskon Program sekolah di Gamedia Store Royal Plaza surabaya	45
Gambar 4. 8 Event Lomba Mewarnai Di Gamedia Store Royal Plaza Surabaya.....	46
Gambar 4. 9 Diskon Untuk Program Literasi Anak Anak Di Gamedia Store Royal Plaza Surabaya.....	47
Gambar 4. 10 Direct Marketing Gamedia store royal plaza surabaya melalui Whatshapp.....	35
Gambar 4. 11 Direct Marketing Gamedia store royal plaza surabaya melalui Email Customer.....	36

Gambar 4. 12 Toko online gramedia royal plaza surabaya di aplikasi Lazada ... 37

Gambar 4. 13 Toko online gramedia royal plaza surabaya di aplikasi Shoope ... 39

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	7
---	---