

**KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK
TONER COMPATIBLE PT. MULTIPRINT MANDIRI
SUKSES DI SURABAYA**

(Studi Kasus di PT. Multiprint Mandiri Sukses)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

APRILIANAWATI BUDI SAPUTRI

NBI : 1151400889

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

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aprilianawati Budi Saputri
NPM : 1151400889
**Judul : KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK
TONER COMPATIBLE PT. MULTIPRINT MANDIRI
SUKSES DI SURABAYA**

Mengetahui:

Surabaya, 8 Februari 2018

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

**Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing**

Dr. Endro Tjahjono, MM

Dr. Ayun Maduwinarti, M.P

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 :

Surabaya, 8 Februari 2018.

Dewan penguji :

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P (.....)
2. Drs. Ute Chairus Nasution, MS (.....)
3. Dra. Tri Yulianti, MS (.....)

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan

Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Aprilianawati Budi Saputri

NPM : 1151400889

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Kegiatan Komunikasi Pemasaran Produk Toner Compatible PT.

Multiprint Mandiri Sukses di Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa 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. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan 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 atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 8 Februari 2018

Yang membuat pernyataan

(Aprilianawati Budi Saputri)

ABSTRAK

Kegiatan komunikasi pemasaran adalah hal yang sangat penting dalam mengembangkan suatu keberhasilan dalam suatu perusahaan. Semakin banyaknya pilihan media yang digunakan dalam menjalankan sebuah kegiatan dalam penyampaian pesan perusahaan kepada konsumennya maka setiap perusahaan harus dapat memilih media yang paling tepat sesuai dengan kondisinya. Pengembangan kegiatan komunikasi pemasaran dalam suatu perusahaan merupakan suatu kewajiban yang harus diperhatikan agar memberikan kontribusi dalam memajukan perusahaan. Kondisi tersebut menjadikan PT. Multiprint Mandiri Sukses termotivasi untuk menjadi lebih baik lagi. Keberhasilan tersebut diraih PT. Multiprint Mandiri Sukses tentunya ditunjang oleh banyak faktor, salah satunya adalah dengan perencanaan Kegiatan komunikasi pemasaran yang digunakan PT. Multiprint Mandiri Sukses. Oleh karena itu Penulis termotivasi untuk melakukan penelitian, dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisa kegiatan komunikasi pemasaran produk Toner Compatible. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dan pengamatan langsung terhadap pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan tipe kualitatif. Dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran teori yang digunakan adalah model Komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*). Berdasarkan hasil analisa dan wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kegiatan komunikasi pemasaran produk toner compatible di PT. Multiprint Mandiri Sukses sudah cukup efektif dan sesuai dengan menggunakan model komunikasi pemasaran terpadu (IMC) yang terdiri dari tujuh hal (Kotler dan Keller,2009:514) yaitu pemasaran langsung (*Direct Marketing*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Publik Relation*), Penjualan Personal (*Personal Selling*), Periklanan (*Advertising*), *Corporate Identity*, dan *Packaging*.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Pengembangan Kegiatan

Abstract

Marketing communication activities are very important in building a success in a company. The more choices of media used in running an activity in the delivery of corporate messages to consumers then each company must be able to choose the most appropriate media in accordance with the conditions. Development of marketing communication activities within a company is an obligation that must be considered in order to contribute in the center of the company. These conditions make PT. Multiprint Mandiri Success motivated to get better. The success achieved by PT. Multiprint Mandiri Success certainly supported by many factors, one of which is by planning marketing communication activities used by PT. Multiprint Mandiri Success. Therefore the author of the term motivation to conduct research, with the aim to know and analyze marketing communications activities Toner Compatible products. Data completion techniques are conducted by conducting in-depth interviews and direct observation of the implementation of marketing communications activities. The research method used is descriptive with qualitative type. In doing marketing communication activities used is integrated marketing communication model (Integrated Marketing Communication). Based on the results of analysis and interviews that can be done concluded marketing activities compatible toner products in PT. Multiprint Mandiri Success is quite effective and in line with using the integrated marketing communications (IMC) model consisting of seven things (Kotler and Keller, 2009: 514), namely Direct Marketing, Sales Promotion (Sales Promotion), Public Relations Relations) , Personal Selling, Advertising (Advertising), Corporate Identity, and Packaging.

Keywords: Marketing Communications, Activity Development

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “ Kegiatan Komunikasi Pemasaran Produk Toner Compatible PT. Multiprint Mandiri Sukses di Surabaya. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Dr.Mulyanto Nugroho,MM. CMA.,CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr.Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi ,S.Sos.,M.Med.Kom selaku kepala Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dosen Pembimbing Pertama yang sangat baik menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M. Med.Kom. selaku Dosen pembimbing ke dua yang memberikan masukan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama penulis menjalankan masa studi.
7. Bapak Ismanto selaku *Marketing Manager* beserta beberapa *Key informan* PT. Multiprint Mandiri Sukses yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk melaksanakan penelitian.
8. Kentut Budy Djuli Purwanto dan Atiek Hariyati Kedua orang tua yang selalu memberi saya dukungan dan motivasi beserta Doa Kepada penulis selama menjalankan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak Rani Budianawati Putri dan Adik Lusianawati Budi Saputri dan Muhammad Amrulloh Azaky Budianto yang selalu memberi saya Suport.

10. Taufany Fachrul Rozy S.S yang selalu ada untuk mensupport, memberi dukungan, memberi masukan menghibur dan mendoakan kelancaran dalam pembuatan skripsi ini (My Love)
11. Dimas Ramadhan Laksono selaku saudara sepupu yang selalu membantu dalam proses pengerjaan skripsi (Teman begadang)
12. Sahabat seperjuangan Buleg Mymy, buleg feby, Devita, Daswati, Nyami, Reny, Elly, Gita, Bella, dkk yang selalu memberikan dukungan dan motivasi yang selalu menghibur (Terima kasih sudah menjadi sahabat terbaik selama masa perkuliahan, semoga pertemanan tetap berlanjut sampai usia menua. Love u Gengs)
13. Team Work yang selalu memberi saya masukan dan dukungan dalam pengerjaan skripsi : Cece Putri, Ibu Titik, Mas Jaka, Satria, mbak zuli, Dini, Mas Panca
14. Riza yudiana selaku teman terdekat yang koplak yang selalu menemani saya dan memberi dukungan dalam proses pengerjaan skripsi
15. Semua rekan-rekan Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Sebagian ungkapan rasa terima kasih yang mendalam penulis hanya dapat berdoa semoga segala perhatian, bantuan, dukungan serta semangat yang telah diberikan mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT.

Kekurangan akan selalu menjadi bagian dari manusia, kesempurnaan hanyalah milik-Nya, untuk itu saran dan kritik akan lebih menyempurnakan pikiran penulis melangkah lebih lanjut. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Surabaya, 8 Februari 2018

Aprilianawati

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	
Halaman Judul.....	
Halaman Persetujuan	i
Halaman Pengesahan Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan Keaslian.	iii
Abstrak.	iv
Kata Pengantar.	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5. Sistem Pembahasan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	12

2.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	14
2.3.1 Pengertian (IMC).	14
2.3.2 Konsep IMC.	15
2.3.3 Memperluas Konsep IMC.	17
2.4 Karakteristik Komunikasi Pemasaran.....	24
2.5 Peran Komunikasi Pemasaran.....	25
2.6 Mengembangkan Komunikasi Pemasaran.	26
2.6.1 Mengidentifikasi Pasar Sasaran.....	26
2.6.2 Menentukan Tujuan Komunikasi Pemasaran.	26
2.7 Promosi (<i>Promotion</i>).	27
2.7.1 Pengertian Promosi.....	27
2.7.2 Kegiatan Promosi.....	27
2.7.3 Periklanan E-Commerce (<i>e-cormmere Advertising</i>).	30
2.8 <i>Corporate Identity</i>.....	31
2.9 <i>Packaging</i>.....	31
2.10 Word Of Mouth.	32
2.11 Kerangka Berfikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Tipe Penelitian.	35
3.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Metode Penelitian.	35
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan data.	36
3.4.1 Sumber Data.	36
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.	37
3.5 Teknik Analisa Data.....	38
BAB IV DISKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Diskripsi Obyek.....	39
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan.....	39

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.	39
4.1.3 Nilai Utama.	40
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.	42
4.2 Penyajian Data.	45
4.2.1 Hasil Wawancara.	46
4.3 Pembahasan.	48
BAB V PENUTUP.	62
5.1 Kesimpulan.	62
5.2 Saran.	63
DAFTAR PUSTAKA.	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Penjualan Toner Compatible PT. Multiprint.....	2
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 4.3 : Tabel Informan Hasil Wawancara.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Proses Komunikasi.	13
Gambar 2.2: Model Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC).	15
Gambar 2.3: Alternatif Promosi Penjualan.	30
Gambar 2.4: Kerangka Berfikir.....	33
Gambar 4.5: Bagan Struktur Organisasi PT. Multiprint.	44
Gambar 4.6: Logo PT.Multiprint.....	58
Gambar 4.7: Bentuk Desain Toner Compatible milik Multiprint.....	58
Gambar 4.8: Bentuk Packaging produk Toner Compatible.....	59
Gambar 4.9: Produk Dagang Toner Compatible.	60
Gambar 4.10: Hasil Wawancara dengan Karyawan Multiprint.	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara.	65
--	----