

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BISNIS USROCK AKUWATIK
DALAM UPAYA LENINAKAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

RAHADYAN PUTRA RAMADHAN

18.96.0553

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Usrock Akuwatik Dalam Upaya
Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana
Strata Satu (S1)**



Oleh :

RAHADYAN PUTRA RAMADHAN

18.96.0553

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BISNIS USROCK AKUWATIK DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rahadyan Putra Ramadhan

18.96.0553

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 22 November 2022

Dosen Pembimbing,

(Dr. Kalis Purwanto, MM)

NIK.190302357

PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BISNIS USROCK AKUWATIK DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DIMASA PANDEMI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rahadyan Putra Ramadhan
18.96.0553

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 November 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Kalis Purwanto, Dr, MM
(190302357)

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom
(190302486)

Estiningsih, SE, MM
(190302443)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi
Tanggal 22 November 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.
NIK. 190302096

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Rahadyan Putra Ramadhan
NIM : 18.96.0553
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 17 Oktober 2022

Yang Memberikan Pernyataan



Rahadyan Putra Ramadhan

NIM. 18.96.0553

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah SWT, karena atas ridho dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Usrock Akuwatik Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi” dengan lancar. Penulisan skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat dari kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata1 Universitas Amikom Yogyakarta. Berikut peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

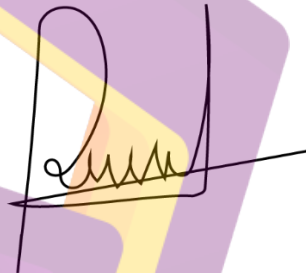
1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M. Eng selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Kalis Purwanto, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh jajaran Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Kedua orang tua saya yang telah memberikan perhatian yang lebih. Terima kasih atas setiap doa, dukungan, didikan, cinta serta kasih sayang yang luar biasa.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2018, khususnya kelas Ilmu Komunikasi 03. Terima kasih untuk waktu dan pengalaman yang berharga.
8. Saudara, sahabat dan pihak pihak lain yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya dan penulis dengan senang hati menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun untuk evaluasi lebih baik lagi.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.



Yogyakarta, 17 Oktober 2022



Rahadyan Putra Ramadhan

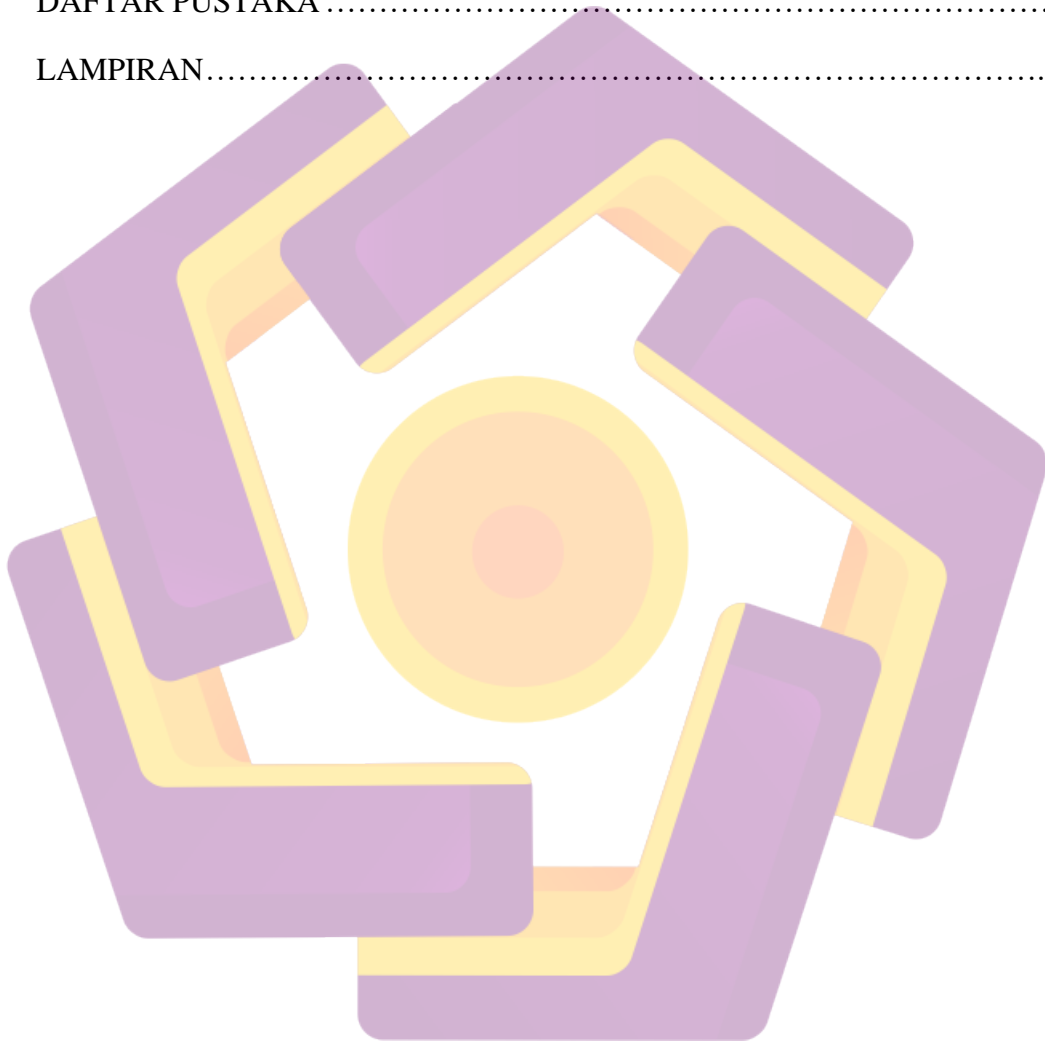
18.96.0553

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.3 Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Bab.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.1.2 Strategi pemasaran.....	11

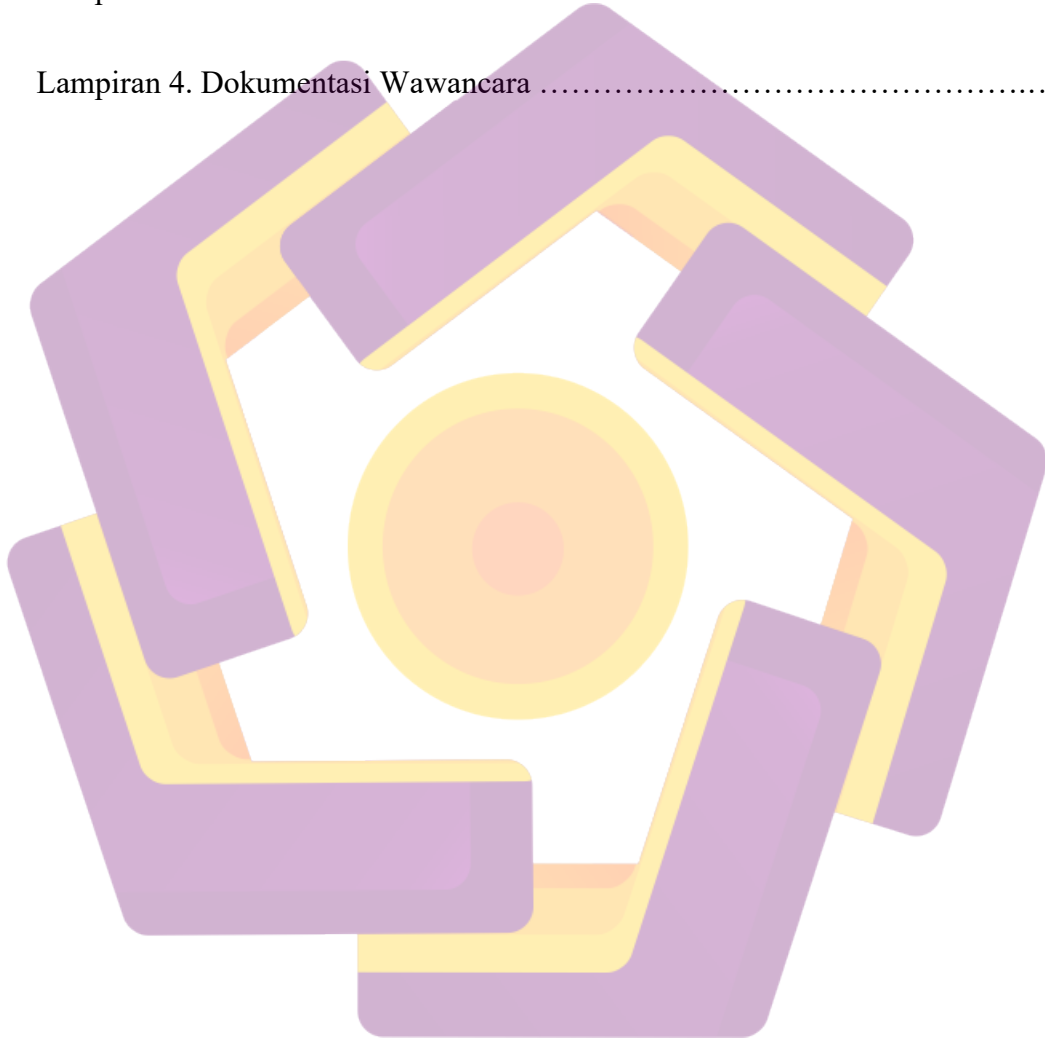
2.1.1.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.2 <i>Integrated Marketing Communications</i> (IMC)	16
2.1.2.1. Pengertian <i>Integrated Marketing Communications</i> (IMC).....	16
2.1.2.2. Model Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC).....	16
2.1.2.3. Ciri-ciri <i>Integrated Marketing Communication</i>	20
2.1.2.4. Proses <i>Integrated Marketing Communication Plannings</i>	22
2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	25
2.3 Kerangka berpikir.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis dan Metode Penelitian	31
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	32
3.3 Sumber data.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.6 Rencana Jadwal Penelitian	36
BAB IV	37
PEMBAHASAN.....	37
4.1. Gambaran Umum Bisnis.....	37
4.1.1 Sejarah Usrock Akuwatik.....	37
4.2. Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Hasil Observasi.....	40
4.2.2 Hasil Wawancara.....	48
4.2 Pembahasan.....	61

BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	72



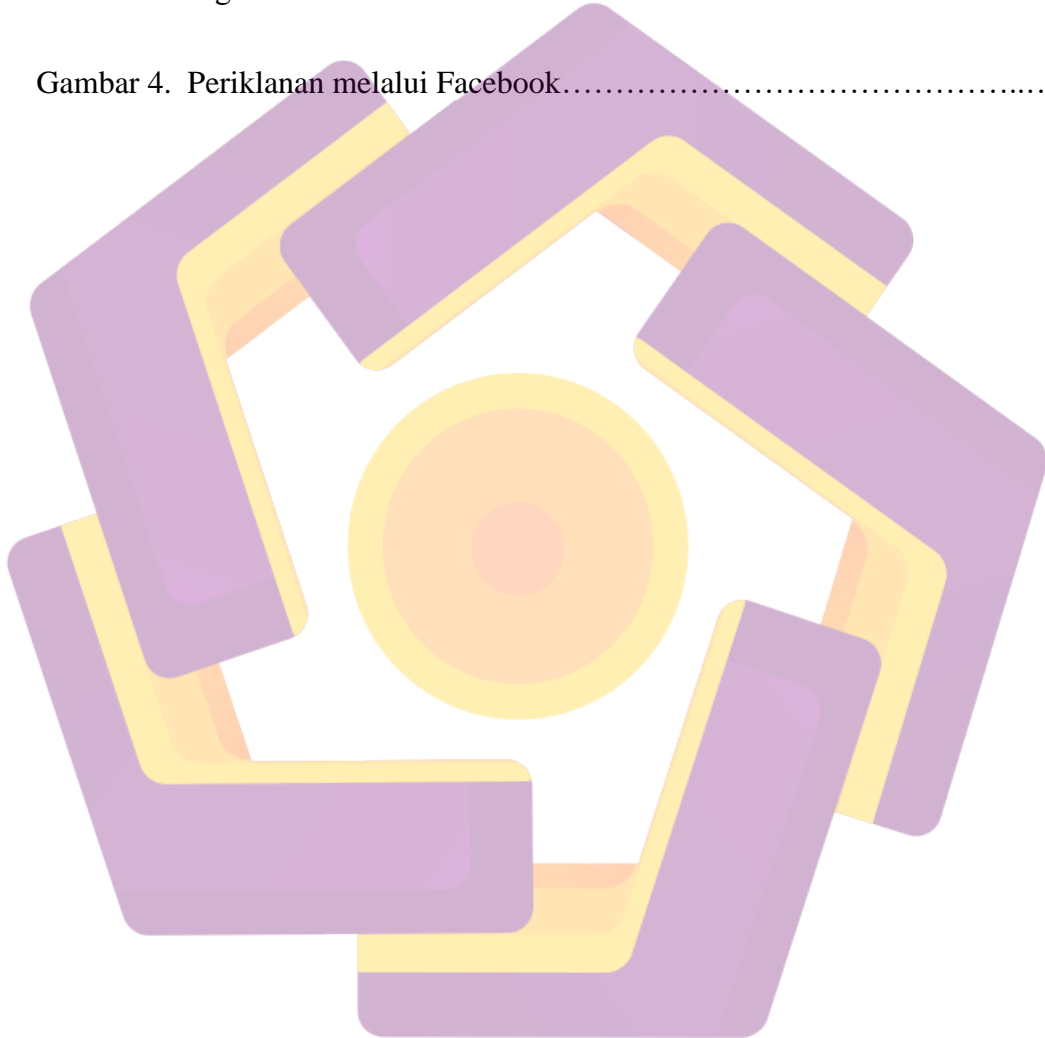
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	36
Lampiran 3. Dokumentasi Observasi.....	75
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Berita tentang Ikan Channa di kala pandemi.....	4
Gambar 2. Kerangka Berfikir	6
Gambar 3. Logo Usrock Akuwatik	37
Gambar 4. Periklanan melalui Facebook.....	47



INTISARI

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Usrock Akuwatik Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi. Penelitian ini mengangkat masalah, bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Usrock Akuwatik dalam upaya meningkatkan penjualan di masa pandemi.

Jenis penelitian yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif, dengan menggunakan beberapa informan untuk melakukan wawancara dan observasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan informasi yang didapat dari pengamatan langsung ke lokasi penelitian dengan cara observasi wawancara. Pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Usrock Akuwatik sudah menerapkan pertimbangan dari teori IMC, dan mempertimbangkan teori bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P, yaitu *Product, price, place, promotion*. Usrock Akuwatik mengaplikasikan hal tersebut dengan menggunakan sticker sebagai media promosi, sosial media, hingga pemasaran langsung. Dari upaya yang dilakukan tersebut hasil menunjukkan bahwa adanya peningkatan penjualan dari tahun 2020 hingga saat ini, dan kini Usrock Akuwatik memiliki relasi yang luas yang dapat membantu meningkatkan penjualan.-

Kata Kunci : Komunikasi, Strategi pemasaran, Bisnis

ABSTRACT

This research is entitled Usrock Akuwatik Business Marketing Communication Strategy in an effort to increase sales during a pandemic. This research raises the problem of the marketing communication strategy carried out by Usrock Akuwatik in an effort to increase sales during the pandemic.

The type of research used is descriptive qualitative, using several informants to conduct interviews and observations. The source of data used in this study is the information obtained from direct observation to the research site by means of interview observation. Data collection is done through observation, interviews and documentation.

The results of this study indicate that the marketing communication strategy undertaken by Usrock Akuwatik has applied considerations of IMC theory, and consider the theory of marketing mix known as 4P, namely Product, price, place, promotion. Usrock Akuwatik applies this by using stickers as promotional media, social media, and direct marketing. From the efforts made, the results show that there is an increase in sales from 2020 to the present, and now Usrock Akuwatik has extensive relationships that can help increase sales.-

Keyword : Communication, Marketing Strategy, Business

