



UNIVERSITAS NASIONAL

**KOMUNIKASI PEMASARAN PT POLYVISI RAMA OPTIK
DALAM MELAKUKAN PENJUALAN LANGSUNG LENS
KACAMATA DI OPTIK CITI SUNTER**

SKRIPSI

JEVANIS WARUWU

NPM. 193516416697

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING COMMUNICATION OF PT POLYVISI RAMA
OPTIK IN CONDUCTING DIRECT SALES OF GLASSES
LENSES AT OPTIK CITI SUNTER**

THESIS

JEVANIS WARUWU

NPM. 193516416697

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**KOMUNIKASI PEMASARAN PT POLYVISI RAMA OPTIK
DALAM MELAKUKAN PENJUALAN LANGSUNG LENS
KACAMATA DI OPTIK CITI SUNTER**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.Ikom)

JEVANIS WARUWU

NPM. 193516416697

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tanda tangan dibawah ini :

Nama : Jevanis Waruwu
NPM : 193516416697
Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN PT POLYVISI RAMA OPTIK
DALAM MELAKUKAN PENJUALAN LANGSUNG LENSA
KACAMATA DI OPTIK CITI SUNTER

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 30 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Jevanis Waruwu



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Jevanis Waruwu
NPM : 193516416697
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN PT POLYVISI RAMA OPTIK
DALAM MELAKUKAN PENJUALAN LANGSUNG LENS
KACAMATA DI OPTIK CITI SUNTER
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 4 Maret 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing,

Swastingsih S.E., M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Jevanis Waruwu
NPM : 193516416697
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran PT Polyvisi Rama Optik dalam Melakukan Penjualan Langsung Lensa Kacamata di Optik Citi Sunter

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.
Penguji I Drs. Adi Prakosa, M.Si.
Penguji II Swastiningsih, SE., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 1 Maret 2024



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah mengenai Komunikasi pemasaran PT Polyvisi Rama Optik dalam Melakukan Penjualan Langsung Lensa Kacamata Di Optik Citi Sunter

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Djudjur Luciana Radjagukguk., Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional sekaligus ketua sidang dalam sidang proposal penulis, Terimakasih atas masukan dan arahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ketahap selanjutnya dengan baik.
5. Swastiningsih S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya tak henti-henti untuk membimbing dan memberikan support semangat juga motivasi, dalam memberikan arahan dan masukan serta membantu dalam melakukan pengecekan terhadap

skripsi penulis dari awal hingga akhir. Tak lupa juga atas ilmu yang bermanfaat, selalu membantu dan meluangkan waktunya untuk selalu mengarahkan dan mendukung penulis agar bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.

6. Drs. Ambia B. Boestam, M. Si selaku Dosen Penguji 1, terimakasih atas kesediaan waktu dan tempat, dan juga saya ucapkan terimakasih atas masukan dan arahan yang membangun sehingga skripsi saya bisa disempurnakan dan bisa menyelesaikan revisi akhir untuk skripsi saya dengan baik.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional khususnya program studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan banyak wawasan dan ilmu pengetahuan yang sangat berharga selama duduk di bangku perkuliahan di Unas.
8. Seluruh staf sekretariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional dalam membantu dan mendukung kebutuhan selama perkuliahan di Universitas Nasional.
9. Kepada ibu saya, Mama Yuliati Zai dan seluruh keluarga besar di kepulauan Nias yang selalu mendo'akan dan mendukung segala langkah yang saya ambil sehingga saya mampu untuk menyelesaikan studi ini dengan baik dan tepat waktu.
10. Kepada pasangan saya Lely Sagita yang selalu mendukung saya untuk menyelesaikan penelitian ini agar bisa segera mewujudkan mimpi lainnya.
11. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu namun telah membantu penelitian skripsi ini berjalan dengan baik.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu peneliti. Terlepas dari adanya kekurangan, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 15 Januari 2024



ABSTRAK

Nama : Jevanis Waruwu
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Komunikasi Pemasaran PT Polyvisi Rama Optik dalam
Melakukan Penjualan Langsung Lensa Kacamata di Optik
Citi Sunter
Pembimbing : Swastiningsih S.E., M.Si.

Optik Citi Sunter melakukan *direct marketing* dengan berusaha memperkenalkan produk yang dimiliki hasil dari laboratorium berstandar dunia sehingga menghasilkan lensa terbaik di kelasnya. Namun terdapat permasalahan yaitu kurangnya kemauan atau keinginan pegawai dalam memperhatikan *process prospecting* atau mencari langganan baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran PT Polyvisi Rama Optik dalam melakukan penjualan langsung lensa kacamata di Optik Citi Sunter. Metode penelitian yang digunakan yakni deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan phisycal evidence*) berfokus pada promosi *direct marketing* dan *digital marketing* melalui sosial media Instagram. Namun prioritas utama dalam strategi pemasarannya difokuskan pada *direct marketing* sedangkan *digital marketing* sebagai komponen pendukung. Strategi yang dilakukan dengan memperhatikan *value* produk yang tinggi karena Optik Citi Sunter memiliki diferensiasi produk yang berbeda dengan optik lainnya. Hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen guna meningkatkan kepuasan serta membangun *relationship marketing* jangka panjang dengan konsumen. Pada akhirnya, komunikasi pemasaran berimplikasi pada peningkatan penjualan produk lensa kacamata.

Kata Kunci:

Komunikasi Pemasaran, Penjualan Langsung, Lensa Kacamata, Bauran Pemasaran 7P

ABSTRACT

Name : Jevanis Waruwu
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title : Marketing Communication of PT Polyvisi Rama Optik in
Conducting Direct Sales of Glasses Lenses at Optik Citi
Sunter
Consellor : Swastiningsih S.E., M.Si.

Optik Citi Sunter carries out direct marketing by trying to introduce products that are produced from world standard laboratories to produce the best lenses in its class. However, there is a weakness, namely the lack of desire or willingness of employees to pay attention to the process of searching for potential customers or looking for new customers. This research aims to analyze the marketing communication strategy of PT Polyvisi Rama Optik in direct sales of eyeglass lenses at Optik Citi Sunter. The research method used is descriptive qualitative with data collection in the form of interviews, observation and documentation. The findings of this research show that the use of the 7P marketing mix (product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence) focuses on direct marketing and digital marketing promotions through Instagram social media. However, the main priority in the marketing strategy is focused on direct marketing while digital marketing is a supporting component. The strategy is carried out by paying attention to high product value because Optik Citi Sunter has different product differentiation from other optics. This aims to attract consumer interest in order to increase satisfaction and build long-term marketing relationships with consumers. Ultimately, marketing communications has implications for increasing sales of eyeglass lens products.

Keywords:

Marketing Communications, Direct Selling, Glasses Lenses, 7P Marketing Mix

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Kerangka Konsep	13
2.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.2.1.1. Definisi Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.2.1.2. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.2.2. Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	16
2.3. Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Pendekatan Penelitian.....	30
3.2. Penentuan Informan.....	30

3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4. Sumber Data.....	34
3.5. Teknik Analisis Data	34
3.6. Teknik Keabsahan Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1. Profil PT Polyvisi Rama Optik.....	39
4.1.2. Sejarah PT Polyvisi Rama Optik	39
4.1.3. Visi dan Misi PT Polyvisi Rama Optik.....	40
4.1.4. Biodata dan Struktur Organisasi PT Polyvisi Rama Optik	40
4.2. Strategi Komunikasi Pemasaran PT Polyvisi Rama Optik	42
4.3. Bauran Komunikasi Pemasaran 7P PT Polyvisi Rama Optik di Optik Citi Sunter.....	43
4.3.1. <i>Product</i> (Produk)	44
4.3.2. <i>Price</i> (Harga)	49
4.3.3. <i>Place</i> (Saluran Distribusi)	56
4.3.4. <i>Promotion</i> (Promosi)	61
4.3.5. <i>People</i> (Partisipan).....	64
4.3.6. <i>Process</i> (Proses).....	67
4.3.7. <i>Phisycal Evidence</i> (Lingkungan Fisik)	69
4.4. Hasil Bauran Komunikasi Pemasaran di Optik Citi Sunter	72
4.5. Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1. Daftar Informan Penelitian	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Penjualan Antar Kompetitor Kepada Optik Citi Sunter.....	5
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1. Komponen Dalam Analisis Data (<i>Interactive Model</i>)	37
Gambar 4.1. Logo Perusahaan.....	40
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	41
Gambar 4.3. Maskot Polycore	43
Gambar 4.4. Daftar Produk Kodak dan Polycore di Optik Citi Sunter.....	45
Gambar 4.5. Lensa Blue Edition.....	47
Gambar 4.6. Lensa Next Generation 2 Plus Freeform Progresif.....	47
Gambar 4.7. Produk Favorit Konsumen	48
Gambar 4.8. Jasa Periksa Mata Gratis	49
Gambar 4.9. Daftar Harga Kacamata di Optik Citi Sunter	50
Gambar 4.10. Informasi keterangan tambahan.....	51
Gambar 4.11. Daftar Harga Lensa Single Vision Stok.....	52
Gambar 4.12. Daftar Harga Lensa Single Vision Gosok.....	53
Gambar 4.13. Daftar Harga Lensa Bifokal Stok dan Bifokal Gosok.....	54
Gambar 4.14. Daftar Harga Lensa Progresif Stok dan Progresif Gosok	54
Gambar 4.15. Lokasi Optik Citi Sunter	57
Gambar 4.16. Persediaan Barang.....	58
Gambar 4.17. Pembayaran Melalui KJP	59
Gambar 4.18. OptiOrder	60
Gambar 4.19. Ekspedisi Pengiriman di Optik Citi Sunter	61
Gambar 4.20. Promo menarik Only Visit to Store Optik Citi Sunter	62
Gambar 4.21. Promo Paket Kacamata	62
Gambar 4.22. E-Commerce Tokopedia Optik Citi.....	63
Gambar 4.23. Media Sosial Instagram @optikciti	63
Gambar 4.24. Promosi menggunakan jasa selebgram	64
Gambar 4.25. Foto Pengelola Optik Citi Sunter.....	65
Gambar 4.26. Absensi <i>Fingerprint</i> di Optik Citi Sunter.....	67

Gambar 4.27. Penampilan Toko Optik Citi Sunter..... 70

Gambar 4.28. Grafik Peningkatan Penjualan Optik Citi Sunter..... 72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1. Persetujuan Skripsi.....	87
Lampiran 1.2. Penugasan Bimbingan	88
Lampiran 1.3. Konsultasi Bimbingan	89
Lampiran 1.4. Turnitin	90
Lampiran 1.5. Pedoman Wawancara dan Transkrip Wawancara.....	91
Lampiran 1.6. Lampiran Dokumentasi	104

