



UNIVERSITAS NASIONAL

**IMPLEMENTASI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN
PADA PERUSAHAAN MARVELO LEATHER PASCA
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

Febi Dwi Yani

NPM.193516516447

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

2022/2023



NATIONAL UNIVERSITY

**IMPLEMENTATION OF MARKETING COMMUNICATION
MIX AT MARVELO LEATHER COMPANY AFTER COVID-
19 PANDEMIC**

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor Degree of
Communication Science (S.I.Kom)

Febi Dwi Yani

NPM.193516516447

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE DEPARTMENT**

2022/2023

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Febi Dwi Yani
NPM : 193516516447
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan
Marvelo Leather Pasca Pandemi Covid-19
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Nasional

Disetujui,

Jakarta, 07 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Febi Dwi Yani
NPM : 193516516447
Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Skripsi : Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan
Marvelo Leather Pasca Pandemi Covid-19
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,

Jakarta, 28 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Dekan FISIP

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa

: Febi Dwi Yani

Nomor Induk Mahasiswa

: 193516516447

Jurusan

: Ilmu Komunikasi

Program Studi

: Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul Skripsi

: Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Pada
Perusahaan Marvelo Leather Pasca Pandemi Covid-19

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Pengaji dalam
Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 21 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam
"Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 27 Februari 2023

Ketua Sidang : Dr. Zainul Djumadin, M.Si.

Pengaji I : Dra. Masnah, M.Si.

Pengaji II : Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Keterangan :

* Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS,
halaman ini tidak diperlukan.

LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN



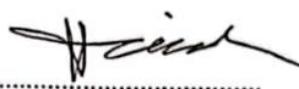
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

HALAMAN PENGESAHAN

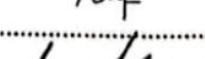
Nama : Febi Dwi Yani
NPM : 193516516447
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Skripsi : Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Pada
Perusahaan Marvelo Leather Pasca Pandemi
Covid-19

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

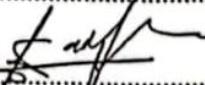
Ketua Sidang : Dr. Zainul Djumadin, M.Si.


.....

Pengaji I : Dra. Masnah, M.Si.


.....

Pengaji II : Yayu Sriwartin, S.Sos., M.Si.


.....

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Maret 2023

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Febi Dwi Yani
NPM : 193516516447
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 21 Februari 2023

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

IMPLEMENTASI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN
MARVELO LEATHER PASCA PANDEMI COVID-19

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

IMPLEMENTATION OF MARKETING COMMUNICATION MIX AT MARVELO
LEATHER COMPANY AFTER COVID-19 PANDEMIC

TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 27 Februari 2023	TGL : 27 Februari 2023	TGL : 27 Februari 2023

LEMBAR HALAMAN ORISINALITAS

HALAMAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Febi Dwi Yani

NPM : 193516516447

Judul Skripsi : Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan Marvelo

Leather Pasca Pandemi Covid-19

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang dipublikasikan sebelumnya atau yang 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 untuk menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 09 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Febi Dwi Yani

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala berkah, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Skripsi ini saya buat dengan judul “Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan Marvelo Leather Pasca Pandemi Covid-19”.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai karena adanya dukungan, semangat, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan baik ini penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Bapak Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
5. Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, semangat, bersedia meluangkan

waktu, serta memberikan kepercayaan penuh kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

6. Dian Metha Ariyanti, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pendamping Skripsi penulis yang telah membantu dalam proses bimbingan, serta memberikan semangat dan bersedia meluangkan waktunya kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Agus Salim, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah membantu dalam memberikan solusi atas permasalahan dan kebutuhan akademik penulis.
8. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terutama pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menempuh studi di Universitas Nasional.
9. Iskandar Dzulkarnaen, Ahmad Nurmubaidi, Yusrizal, Arifudin, dan staff Marvelo Leather yang telah membantu dan mendukung penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Keluarga penulis terutama kedua orang tua penulis Almh. Ibu Sariyani dan Bapak Suwoyo, kakak kandung Vivi Novita, serta kakak ipar yang tidak pernah lelah memberikan do'a, dukungan, semangat, serta sebagai motivasi penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

11. Teman-teman penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional, Bunga Darmayanti, Lisnia Romahsyah, Anna Ameliana, serta teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2019.

12. Teman-teman tercinta Nurul Fadinah, Nafisah Kautsar, Gilbert Christ Yonas, Marie Josephine Joanne, Celsy Nathania, Safitri Wulan Sari, yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa kepada penulis selama proses penggerjaan skripsi ini.

Semoga segala budi baik dari semua pihak tersebut selalu mendapatkan kebaikan dan rahmat dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa sepenuhnya hasil penyusunan skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, untuk itu besar harapan penulis untuk memberikan masukan, saran, serta kritikan yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, perusahaan, serta pembaca.

Jakarta, 06 Februari 2023



Febi Dwi Yani

ABSTRAK

Nama : Febi Dwi Yani
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan Marvelo Leather Pasca Pandemi Covid-19

Kata Kunci Implementasi, Bauran Komunikasi Pemasaran, Covid-19	Saat dunia dilanda oleh pandemi covid-19, seluruh aspek kehidupan mulai mengalami perubahan. Terjadinya pandemi covid-19 ini juga berdampak besar pada para pelaku bisnis. Banyak para pelaku bisnis yang gulung tikar akibat dampak dari covid-19. Sehingga para pelaku bisnis harus kembali memikirkan ulang bagaimana cara untuk tetap bisa bertahan dan terus melangkah maju melalui bauran komunikasi pemasaran. Pada penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk memberikan analisis mendalam mengenai implementasi bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Marvelo Leather pasca pandemi covid-19. Dalam penerapannya, Marvelo Leather menggunakan 8 model bauran komunikasi pemasaran. Yang mana hasilnya memberikan bahwa Marvelo Leather melakukan perubahan dalam memasarkan jasanya dari sebelum dan pasca pandemi covid-19 serta berhasil dalam meningkatkan penghasilan. Hal ini dilakukan oleh Marvelo Leather berdasarkan penyesuaian dengan keadaan dan situasi masyarakat saat ini yang lebih memilih melakukan transaksi melalui media <i>online</i> atau digital.
Pembimbing	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

ABSTRACT

Name : Febi Dwi Yani
Major : Communication Science
*Title : Implementation of Marketing Communication Mix At
Marvelo Leather Company After Covid-19 Pandemic*

Keywords <i>Implementation, Marketing Communication Mix, Covid-19</i>	<p><i>When the world was hit by the covid-19 pandemic, all aspects of life began to change. The occurrence of the covid-19 pandemic also has a major impact on business people. Many business people have gone out of business due to the impact of covid-19. So that business people have to rethink how to survive and continue to move forward through the marketing communication mix. This descriptive qualitative research aims to provide an in-depth analysis of the implementation of the marketing communication mix carried out by Marvelo Leather after the covid-19 pandemic. In its application, Marvelo Leather uses 8 marketing communication mix models. The results provide that Marvelo Leather made changes in marketing its services from before and after the co-19 pandemic and succeeded in increasing income. This is done by Marvelo Leather based on adjustments to the current circumstances and situation of people who prefer to make transactions through online or digital media.</i></p>
Advisor	<i>Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.</i>

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....	v
LEMBAR HALAMAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9

1.3	Tujuan Penelitian.....	9
1.4	Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1	Manfaat Teoritis	10
1.4.2	Manfaat Praktis	10
1.4.3	Manfaat Metodologi.....	10
1.4.4	Manfaat Sosial.....	11
1.5	Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....		13
KAJIAN PUSTAKA.....		13
2.1	Pemetaan Riset Terdahulu.....	13
2.2	Research Gap.....	19
2.3	State of Art	21
2.4	Pengertian dari Kajian Kepustakaan	24
2.4.1	Komunikasi Pemasaran.....	24
2.4.2	Bauran Komunikasi Pemasaran	26
2.5	Kerangka Pemikiran	30
BAB III		32
METODOLOGI PENELITIAN.....		32

3.1	Paradigma Penelitian	32
3.2	Pendekatan Penelitian	33
3.3	Metode dan Sifat Penelitian	34
3.4	Subyek dan Obyek Penelitian	35
3.4.1	Subyek Penelitian.....	36
3.4.2	Obyek Penelitian	36
3.5	Data, Jenis dan Teknik Pengambilan Data.....	36
3.5.1	Data Primer	37
3.5.2	Data Sekunder	37
3.5.3	Wawancara Mendalam.....	38
3.5.4	Dokumentasi	39
3.6	Informan dan Teknik Penetapan Informan.....	39
3.6.1	Informan Utama.....	40
3.6.2	Informan Pendukung.....	40
3.7	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	40
3.7.1	Reduksi Data	41
3.7.2	Penyajian Data	41
3.7.3	Penarikan Kesimpulan	42

3.8	Teknik Keabsahan Data	42
3.8.1	Uji Kredibilitas.....	43
3.8.2	Uji Transferabilitas.....	44
3.8.3	Uji Depandabilitas.....	44
3.8.4	Uji Konfirmabilitas	45
3.9	Lokasi, Waktu, dan Jadwal Penelitian.....	45
3.9.1	Lokasi Penelitian.....	45
3.9.2	Waktu Pelaksanaan	46
3.9.3	Jadwal Penelitian.....	47
BAB IV		48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Gambaran Perusahaan	48
4.2	Komunikasi Pemasaran.....	51
4.2.1	Segmenting.....	51
4.2.2	Targeting	54
4.2.3	Positioning	55
4.3	Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Marvelo Leather Pasca Pandemi Covid-19.....	57

4.3.1	Periklanan (<i>Advertising</i>).....	57
4.3.2	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	60
4.3.3	Acara dan Pengalaman (<i>Evenet and Experience</i>)	61
4.3.4	Humas dan Publisitas (<i>Public Relations and Publicity</i>)	63
4.3.5	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	65
4.3.6	Pemasaran Interaktif (<i>Interactive Marketing</i>).....	66
4.3.7	Pemasaran dari Mulut ke Mulut (<i>Word od Mouth</i>).....	67
4.3.8	Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	68
4.4	Pembahasan.....	71
BAB V.....		89
PENUTUP.....		89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA		91
DAFTAR LAMPIRAN		95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Perusahaan	48
Gambar 4.2 Promosi Penjualan Marvelo Leather	74
Gambar 4.3 Bentuk Kerjasama Marvelo Leather	77
Gambar 4.4 Testimoni Customer Marvelo Leather	78
Gambar 4.5 Pemasaran Interaktif Marvelo Leather	80
Gambar 4.6 Penjualan Promosi.....	83
Gambar 4.7 Pricelist Pemasangan Jok Marvelo Leather	84
Gambar 4.8 Insight Media Sosial Instagram.....	86
Gambar 4.9 Akun yang ditinjau.....	87



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data hasil survey BPS.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Pendapatan Pertahun	8
Tabel 2.1 Kerangka Berpikir.....	31
Tabel 3.1 Data Sekunder.....	38
Tabel 3.2 Time Schedule Penelitian.....	46

