



**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

Yuyu 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 Penguji 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.

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si.

Penguji II : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Keterangan :

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

## 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 Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

### DEWAN PENGUJI

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

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si.

Penguji II : Yuyu Sriwartini, 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. Yuyu 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 pengerjaan 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

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Febi Dwi Yani'. The signature is stylized and cursive.

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

|  |  |
|--|--|
| <b>Kata Kunci</b><br>Implementasi,<br>Bauran Komunikasi<br>Pemasaran, Covid-<br>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*

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Keywords</b></p> <p><i>Implementation,<br/>Marketing<br/>Communication<br/>Mix, Covid-19</i></p> | <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 covid-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> |
| <p><i>Advisor</i></p>  | <p><i>Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.</i></p>   |

## 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<br>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 Tahun..... | 8  |
| Tabel 2.1 Kerangka Berpikir.....             | 31 |
| Tabel 3.1 Data Sekunder.....                 | 38 |
| Tabel 3.2 Time Schedule Penelitian.....      | 46 |

