



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KOKOH INTI AREBAMA JASA
RENOVASI RUMAH & TOKO BAHAN BANGUNAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA AKUN @mitraruma_official**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)**

Ardi Prasetyo

NPM. 183112351650547

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

2022



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY PT. KOKOH INTI AREBAMA
HOME RENOVATION SERVICES & BUILDING MATERIAL SHOPS THROUGH
INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON THE ACCOUNT @mitraruma_official**

**Asked to fulfil part of the terms to obtain a Bachelor of Communication Studies
(S.I.kom)**

Ardi Prasetyo

NPM. 183112351650547

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

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Ardi Prasetyo

NIM : 18112351650547

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Kokoh Inti Arebama Jasa Renovasi Rumah & Toko Bahan Bangunan Melalui Media Sosial Instagram Pada Akun @mitraruma_official

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

Apabila dikemudian 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, Februari 2023

Yang membuat pernyataan

Ardi Prasetyo



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ardi Prasetyo
NPM : 183112351650547
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Kokoh
Inti Arebama Jasa Renovasi Rumah & Toko
Bahan Bangunan Melalui Media Sosial
Instagram Pada Akun @mitraruma_official
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, Maret 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Sugeng Wahyudi, M.Si

Dekan,

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ardi Prasetyo
Nomor Induk Mahasiswa : 183112351650547
Jurusan : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KOKOH INTI
AREBAMA JASA RENOVASI RUMAH & TOKO BAHAN
BANGUNAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA
AKUN @mitraruma_official

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 27 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 13 Maret 2023

Ketua Sidang : Dr. Zulmasyhur, M.Si

Penguji I : Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos, M.Si

Penguji II : Dr. Sugeng Wahjudi, M.Si

Keterangan :

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

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Ardi Prasetyo
NPM : 18112351650547
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 27 Februari 2023


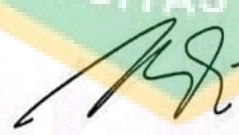
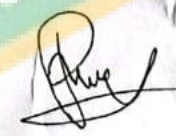
JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Strategi komunikasi pemasaran PT kokoh Inti Arebama
Jasa Renovasi Rumah & Toko Bahan bangunan melalui
Media sosial Instagram pada Akun @mitraruma-official

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Marketing communication strategy PT kokoh Inti Arebama
Home Renovation Services & Building material shops
Throught Instagram social media on the account
@ mitraruma-official

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 10-03-2023	TGL : 15-03-2023	TGL : 13-03-2023
		

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-NYA kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KOKOH INTI AREBAMA JASA RENOVASI RUMAH & TOKO BAHAN BANGUNAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @mitraruma_official” Sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti sepenuhnya menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak luput dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun material. Maka dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah membantu hingga penyusunan skripsi ini selesai, terutama kepada yang saya hormati yaitu:

1. Bapak Dr. El Amry Bermmawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Nursatyo, S. Sos., M.Si beserta jajarannya.
4. Bapak Dr. Drs. Sugeng Wahjudi, M.Si. sebagai Dosen Pembimbing selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kepada segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan keilmuan serta berbagai wawasan dan pengalaman kepada penulis.

6. Kepada keluarga tercinta yang selalu mendukung dalam penyusunan skripsi. Khususnya kedua orang tua Suwardi dan Nurjannah beserta saudara – saudara yang selalu mendoakan terkait kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Kepada pihak PT Kokoh Inti Arebama yang bersedia meluangkan waktunya dan memberikan data – data untuk keperluan skripsi ini.
8. Kepada seluruh teman – teman penulis di Universitas Nasional, terimakasih telah menjadi teman yang penuh cerita kenangan bagi penulis, semoga kita semua bisa berjuang menghadapi skripsi.



ABSTRAK

Nama : Ardi Prasetyo

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Kokoh Inti Arebama Jasa Renovasi Rumah & Toko Bahan Bangunan Melalui Media Sosial Instagram Pada Akun @mitraruma_official

<p>Kata Kunci</p> <p>Strategi, Pemasaran, Digital Marketing, IMC</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran PT Kokoh Inti Arebama Jasa Renovasi Rumah & Toko Bahan Bangunan.</p> <p>Metode pada penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kualitatif. hasil penelitian ini yang dilakukan pada perusahaan PT. Kokoh Inti Arebama adalah melakukan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu maka strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui periklanan, promosi penjualan, direct dan online marketing, personal selling dan public relation.</p> <p>Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui periklanan sudah berjalan dengan baik karena perusahaan melakukan periklanan melalui google ads, kemudian ditinjau dari kegiatan promosi penjualan adalah melalui kolaborasi dengan para influencer yang bisa membujuk konsumen secara persuasif. Untuk strategi direct dan online marketing sudah berjalan dengan baik karena perusahaan memanfaatkan media sosial melalui facebook, instagram dan youtube, sehingga dapat diketahui oleh masyarakat. Selanjutnya kegiatan personal selling yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menempatkan karyawan marketing yang langsung menawarkan paket renovasi rumah dan property lainnya, selanjutnya kegiatan public relation atau publikasi sudah berjalan dengan baik karena perusahaan melakukan pameran-pameran atau event-event yang bertujuan membina kerelasian calon pelanggan sehingga berdampak terhadap minat beli kepada jasa renovasi atau produk mitraruma.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Dr. Drs. Sugeng Wahjudi, M. Si</p>

ABSTRACT

Name : Ardi Prasetyo

Program Study : Communication Major

Title : Marketing Communication Strategy of PT Kokoh Inti Arebama Home Renovation Services & Building Materials Stores Through Social Media Instagram on the @mitraruma_official account

<p>Keywords</p> <p>Strategy, Marketing, Digital Marketing, IMC</p>	<p>This study aims to determine the Marketing Communication Strategy of PT Kokoh Inti Arebama jasa Renovasi Rumah & Toko Bahan Bangunan.</p> <p>The method in this study is using qualitative research. the results of this study conducted on the company PT. Sturdy core Arebama is the implementation of an integrated marketing communication strategy, the marketing communication strategy carried out through advertising, sales promotion, direct and online marketing, personal selling and public relations.</p> <p>It can be concluded that the marketing communication strategy through advertising has been running well because the company does advertising through google ads, then in terms of sales promotion activities is through collaboration with influencers who can persuade consumers persuasively. Facebook Instagram and youtube direct and online marketing strategies have been working well because the company utilizes social media through facebook, instagram and youtube, so that it can be known by the public. Furthermore, personal selling activities carried out by the company is to place marketing employees who directly offer home renovation packages and other property, further public relations activities or publications have been running well because the company conducts exhibitions or events aimed at fostering the rapprochement of prospective customers so as to have an impact on buying interest in renovation services or mitraruma products.</p>
<p>Lecturer</p>	<p>Dr. Drs. Sugeng Wahjudi, M. Si</p>

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kebaruan Penelitian.....	11
2.3 Tinjauan Teori	14
2.3.1 Pengertian Komunikasi.....	14
2.3.2 Strategi Pemasaran.....	15
2.3.3 Integrated Marketing Communication (IMC).....	17
2.3.4 Digital Marketing.....	23
2.3.5 Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	26
2.3.6 Media Sosial.....	31
2.3.7 Sosial Media Instagram.....	34
2.3.8 Fitur – Fitur Instagram.....	35
2.4 Kerangka Teori.....	37
BAB III.....	40
METEDOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40

3.2 Paradigma Penelitian.....	41
3.3 Validitas dan Realibitas Penelitian.....	42
3.4 Unit Analisis	43
3.5 Sumber Data.....	44
3.6 Pengumpulan Data.....	44
3.7 Analisis Data.....	45
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	47
4.1.1 Sejarah Perusahaan	47
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.3 Logo Perusahaan.....	48
4.1.4 Struktur Organisasi	49
4.1.5 Profil Mitraaruma	50
4.1.6 Logo Mitraaruma.....	51
4.2 Strategi Pemasaran Online	52
4.2.1 Search Engine Optimization (SEO)	52
4.2.2 Marketing Funnel	53
4.3 Hasil Penelitian.....	54
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Bentuk Strategi Pemasaran Mitraaruma PT Kokoh Inti Arebama	55
4.4 Penerapan Digital Marketing Mitraaruma	59
4.4.1 Sosial Media Marketing	60
4.4.2 Marketing Funnel Planning	66
4.4.2.1 Home Renovation.....	66
4.4.2.2. Home Care Service	79
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90