

SKRIPSI

PENERAPAN IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS*) OLEH PEMERINTAHAN KABUPATEN SUKOHARJO PADA KEGIATAN SUKOHARJO EXPO 2023

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Dalam Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :

SITI NURBANI AISYAH
NIM. 2020073004

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PENERAPAN IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS*) OLEH PEMERINTAHAN KABUPATEN SUKOHARJO PADA KEGIATAN SUKOHARJO EXPO 2023

Disusun Oleh :

SITI NURBANI AISYAH

NIM. 2020073004

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
di hadapan Dewan Penguji
pada tanggal : 30 Juli 2024

Pembimbing I



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

Pembimbing II

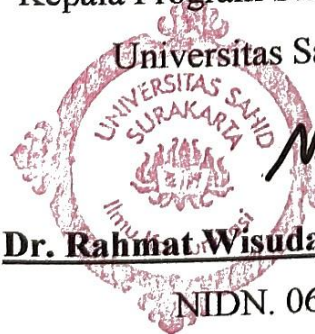


Hasbullah Azis, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN. 0612078707

Mengetahui,

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS*) OLEH PEMERINTAHAN KABUPATEN SUKOHARJO PADA KEGIATAN SUKOHARJO EXPO 2023

Disusun Oleh :

SITI NURBANI AISYAH

NIM. 2020073004

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir dan
ditindaklanjuti Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sahid Surakarta

Pada hari Selasa, 30 Juli 2024

Dewan Penguji,

1. Penguji 1 Dr. Rahmat Wisudawanto, M.Hum
2. Penguji 2 Hasbullah Azis, S.I.Kom, M.I.Kom
3. Penguji 3 Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Sosial, Humaniora, Dan



Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si

NIDN. 0602058801

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

**SURAT PERNYATAAN
ORISINILITAS KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Siti Nurbani Aisyah

NIM : 2020073004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapat gelar sarjana, baik di Universitas Sahid Surakarta maupun di perguruan tinggi.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang dituliskan atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencamtumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan di camtumkan dalam daftar pustaka. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan seandainya di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri plagiat dan bentuk peniruan yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 8 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
14300ALX255254632

Siti Nurbani Aisyah
NIM. 2020073004

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Nurbani Aisyah

NIM : 2020073004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas skripsi saya yang berjudul *PENERAPAN IMC (INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS) OLEH PEMERINTAHAN KABUPATEN SUKOHARJO PADA KEGIATAN SUKOHARJO EXPO 2023*.

Beserta desain atau perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*autor*) dan Pembimbing sebagai *co autor* atau pencipta dan juga sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan yang saya buat dengan sesungguhnya secara sehat dan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 8 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan,



Siti Nurbani Aisyah
NIM. 2020073004

MOTTO

“Seperti kata Taylor Swift, *“Don’t you worry your pretty little mind, people throw rocks at things that shine”*, selama menyelesaikan skripsi ini, saya yakin bahwa suatu hari saya akan bersinar dan bisa melewati ketakutan ini.”



ABSTRAK

Keberhasilan sebuah event berdampak pada peningkatan citra institusi. Citra yang baik dari sebuah institusi mempengaruhi kepercayaan publik kepada institusi tersebut dan dapat menguntungkan pihak institusi. Salah satu event yang diselenggarakan oleh Pemkab Sukoharjo dalam membentuk citra institusinya adalah Sukoharjo Expo. Sukoharjo Expo adalah kegiatan yang mengusung tema “Ekonomi Kerakyatan, Penggerak Kejayaan Ekonomi Nasional” merupakan event pameran dalam rangka peringatan hari jadi ke-77 Kabupaten Sukoharjo dan mendukung pemulihan ekonomi untuk usaha mikro menengah dan berbagai bidang. Penerapan IMC menunjang humas dalam berkomunikasi dengan publiknya khususnya pada saat humas mempromosikan kegiatan. Hal tersebut dapat membantu institusi untuk menyampaikan pesan yang kuat, jelas, dan konsisten sehingga komunikasi dapat benar-benar diterima dan memahami pesan yang ingin disampaikan institusi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkategorisasikan dan menjelaskan implementasi strategi IMC pada kegiatan Sukoharjo Expo 2023. Penelitian ini menggunakan teori dari Morissan (2015) yang menyatakan 7 kategori Komunikasi Pemasaran Terpadu atau *Integrated Marketing Communications*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang sumber datanya berasal dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik sampling pada penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan analisis model interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Sukoharjo pada event Sukoharjo Expo 2023 seluruhnya telah menerapkan ke-7 teori Morissan (2015) yaitu Periklanan (*Advertising*), Penjualan personal (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), Pemasaran interaktif / internet, dan *Internet marketing*. Hasil temuan kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk menentukan kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancamannya.

Kata Kunci : Sukoharjo Expo 2023, Integrated Marketing Communications, Pemerintah Kabupaten Sukoharjo

ABSTRACT

The success of an event has an impact on improving the image of an institution. A good image of an institution affects public trust and can benefit the institution. One of the events held by the Sukoharjo Government Regency in creating its institutional image is the Sukoharjo Expo. The Sukoharjo Expo is an activity that carries the theme “Ekonomi Kerakyatan, Penggerak Kejayaan Ekonomi Nasional”. The event is an exhibition to commemorate the 77th anniversary of Sukoharjo Regency and support economic recovery for micro, medium, and various fields. The implementation of IMC supports public relations in communicating with the public, especially in promoting activities. This can support institutions to convey strong, clear, and consistent messages so that communicants can truly receive and understand the message. The study aims to categorize and explain the implementation of the IMC strategy in the 2023 Sukoharjo Expo activities. This study used the theory of Morissan (2015) with 7 categories of integrated marketing communications. This research is a qualitative study with data from interviews, observations, and documentation. The sampling technique used purposive sampling. Data analysis used interactive model analysis. The results of the study show that the Sukoharjo Government Regency at the Sukoharjo Expo 2023 event has implemented all 7 theories of Morissan (2015), namely advertising, personal selling, sales promotion, public relations, direct marketing, interactive / internet marketing, and internet marketing. Furthermore, the findings were analyzed using SWOT analysis to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

Keywords: Sukoharjo Expo 2023, Integrated Marketing Communications, Sukoharjo Government Regency



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, Rahmat dan Hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kersarjanaan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Almh. Mama dan Alm. Papa tersayang yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan kasih sayang dan kesabaran hingga saat ini, serta memberikan dukungan, semangat dan doa.
2. Kakak Nana yang telah mendampingi dengan penuh kasih sayang, memberi dukungan, semangat, serta doa.
3. Dosen Ilmu Komikasi Universitas Sahid Surakarta yang telah membimbing serta memberikan ilmu yang bermanfaat bagi saya.
4. Kepada semua teman – teman Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta angkatan 2020 saya persembahkan skripsi saya untuk kalian.
5. Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat & Hidayah serta nikmat- Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan IMC (Integrated Marketing Communications) oleh Pemerintahan Kabupaten Sukoharjo pada kegiatan Sukoharjo Expo 2023” dengan baik dan tepat waktu. Peneliti melakukan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora dan Seni di Universitas Sahid Surakarta. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat dilakukan tanpa bantuan dan dukungan dari banyak orang.

Oleh karena itu dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberi hikmat, kelancaran, kesehatan, kekuatan, dan kebahagiaan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Almh. Munarti, selaku ibu kandung dari Siti Nurbani Aisyah. Terima kasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta. Serta terima kasih atas do’a, dukungan, materi dan bantuan tak ternilai lainnya yang telah mamah lakukan selama ini
3. Alm. Rusdy Manday, selaku ayah kandung dari Siti Nurbani Aisyah. Terima kasih atas do’a, kasih sayang dan dukungan yang telah papa berikan selama ini kepada saya.
4. Ibu Sri Huning Anwarringsih ST.,M.Kom selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Destina Paningrum, SE.,MM selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta
6. Ibu Erwin Kartinawati, S.Sos,M.I.Kom, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Mahasiswa, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta
7. Bapak Faqih Purnomosidi, S.Psi,M.S, selaku Dekan Fakultas Sosial, Humanioara dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
8. Bapak Dr Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

9. Bapak Dr Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum, selaku Dosen Pembimbing I.
10. Bapak Hasbullah Azis, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II.
11. Ibu Dyah Retno Pratiwi, S.Sos.,M.I.Kom, selaku Dosen Penguji.
12. Siti Uswatun Hasanah selaku kakak kandung saya yang telah memberikan dukungan selama mengerjakan skripsi ini.
13. Andhika Yudhi Prasetya selaku kakak ipar saya yang telah memberikan dukungan selama mengerjakan skripsi ini.
14. Oma dan Opa selaku wali dari saya yang selalu mendoakan serta memberi dukungan selama mengerjakan skripsi ini.
15. Maura Qaireen Prasetya dan Ananda Tiara Permata Sari selaku adik ponakan telah menghibur saya selama mengerjakan skripsi ini.
16. Wildan Prayoga selaku partner saya yang sudah menghabiskan waktu bersama suka maupun duka dan memberikan motivasi, serta doa selama mengerjakan skripsi ini.
17. Teman – teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang sudah memberikan semangat sehingga membuat motivasi dalam mengerjakan penelitian ini.
18. Aktor china yang bernama Lin Yi telah membuat hidup saya lebih berwarna dan selalu menghibur saya serta memberi semangat dan motivasi melalui karya – karyanya.
19. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri karena tidak menyerah dan tetap berjuang dalam keadaan apapun. Terima kasih sudah berusaha keras sekuat tenaga dan sabar menghadapi banyaknya rintangan dan cobaan. Terima kasih sudah tetap kuat dan tetep bertahan hingga saat ini.

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ORISINILITAS KARYA ILMIAH	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	viii
.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Tujuan penelitian	4
1.4 Manfaat penelitian	4
BAB II	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Definisi Komunikasi	9
2.3 Proses komunikasi	10
2.4 Komunikasi Pemasaran	13
2.5 IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	13
2.6 Analisis SWOT	15
2.7 Kerangka Berpikir	18
.....	18

.....	18
.....	18
.....	18
BAB III	20
3. 1 Jenis penelitian	20
3. 2 Data dan Sumber data	20
3. 3 Teknik pengumpulan data	21
3. 4 Teknik sampling	22
3. 5 Triangulasi data	22
3. 6 Teknik Analisis Data	23
BAB IV	25
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Deskripsi Lokasi	25
4.2 Kegiatan Sukoharjo Expo 2023	28
4.3 Pembahasan	30
4.2 Analisis SWOT	40
BAB V	51
KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh Promosi Pada Sosial Media Instagram	3
Gambar 2. 1 Model Proses Komunikasi	10
Gambar 3. 1 Analisis Model Interaktif	23
Gambar 4. 1 Unggahan Iklan Pemkab Sukoharjo .. Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4. 2 Unggahan pada Media Sosial Instagram Terkait dengan Penjualan Personal (Personal Selling) Pemkab Sukoharjo Pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023.....	32
Gambar 4. 3 Unggahan pada Media Sosial Instagram Terkait Promosi Penjualan (Sales Promotion) Pemkab Sukoharjo Pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023	34
Gambar 4. 4 Upaya Pemkab Sukoharjo melakukan Hubungan Masyarakat (Public Relations) pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023	35
Gambar 4. 5 Unggahan pada Media Sosial Instagram Terkait Pemasaran Langsung (Direct Marketing) Pemkab Sukoharjo Pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023.	36
Gambar 4. 6 Unggahan pada Media Sosial Instagram Terkait Pemasaran Interaktif / Internet Pemkab Sukoharjo Pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023.....	38
Gambar 4. 7 Unggahan pada Media Sosial Instagram terkait Internet Marketing Pemkab Sukoharjo Pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023.	39

DAFTAR BAGAN

Bagan II. 1 Kerangka Berpikir	18
-------------------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	5
---------------------------------------	---



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	55-62
Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	63
Lampiran 3 Buku Konsultasi Skripsi.....	64-66
Lampiran 4 Surat Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi.....	67

