

**STRATEGI IMC (*INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION*) HUMAS DALAM KEGIATAN
PROMOSI UNIVERSITAS PIGNATELLI
TRIPUTRA SURAKARTA**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

**MUSTIKA PERWITA TITISARI PEP
NIM. 2020072002**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

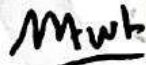
STRATEGI IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*) HUMAS DALAM KEGIATAN PROMOSI UNIVERSITAS PIGNATELLI TRIPUTRA SURAKARTA

Disusun Oleh:

MUSTIKA PERWITA TITISARI PEP
NIM. 2020072002

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
di hadapan Dewan Penguji
Pada tanggal, 19 Mei 2023

Pembimbing I



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum
NIDN : 0628108301

Pembimbing II



Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP., M.IKom
NIDN : 0628108001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum
NIDN : 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*) HUMAS DALAM KEGIATAN PROMOSI UNIVERSITAS PIGNATELLI TRIPUTRA SURAKARTA

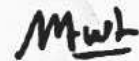
Disusun Oleh:

MUSTIKA PERWITA TITISARI PEP
NIM. 2020072002

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sosial Humaniora dan Seni
Universitas Sahid Surakarta
Pada tanggal, 19 Mei 2023

Dewan Penguji:

1. Penguji 1: Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum
NIDN : 062810830
2. Penguji 2: Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP., M.IKom
NIDN : 0628108001
3. Penguji 3: Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0616068502



Mengetahui,

Dekan
Fakultas Sosial Humaniora dan Seni



Marwahyudi, S.Pd., MT, IPP
NIDN : 0607107103

Ketua
Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum
NIDN : 0628108301

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mustika Perwita Titisari PEP
NIM : 2020072002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial Humaniora dan Seni Universitas Sahid
Surakarta

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik dari Universitas Sahid Surakarta maupun perguruan tinggi lain.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis tercantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan 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 apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 19 Mei 2023
Yang membuat pernyataan



Mustika Perwita Titisari PEP
NIM. 2020072002

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mustika Perwita Titisari PEP
NIM : 2020072002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial Humaniora dan Seni Universitas Sahid
Surakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Noneksklusive Royalti Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul STRATEGI IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*) DALAM KEGIATAN PROMOSI UNIVERSITAS PIGNATELLI TRIPUTRA SURAKARTA.

Beserta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalih mediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap menyantumkan nama saya sebagai penulis (*author*) dan pembimbing sebagai *coauthor* atau pencipta dan juga sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 19 Mei 2023
Yang membuat pernyataan



Mustika Perwita Titisari PEP
NIM. 2020072002

MOTTO

“The object of education is to prepare the young to educate themselves throughout their lives.”

-Robert Maynard Hutchins-

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk.”

-QS. Al-Baqarah : 45-



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua penulis, khususnya mama penulis yang selalu sabar, memberi doa dan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Teman-teman penulis yang selalu memberikan semangat dan membantu penulis sampai saat ini.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “STRATEGI IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*) HUMAS DALAM KEGIATAN PROMOSI UNIVERSITAS PIGNATELLI TRIPUTRA SURAKARTA” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora Sosial, Universitas Sahid Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala anugerah yang sudah diberikan.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Sri Huning Anwariningsih, ST., M.Kom selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti perkuliahan di Universitas Sahid Surakarta.
4. Ibu Destina Paningrum, SE., MM., selaku Wakil Rektor Bidang Umum dan Keuangan yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti perkuliahan di Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama yang memberikan izin untuk mengikuti perkuliahan di Universitas Sahid Surakarta.
6. Bapak Marwahyudi, S.Pd., MT, IPP, selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di Program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta dan pembimbing I yang telah memberikan arahan, dukungan serta motivasi dalam menyelesaikan studi ini.

8. Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan motivasi dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
9. Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen penugui yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis.
10. Bapak Ir. Dahlan Susilo, M.Kom selaku dosen dan Paman penulis yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di Universitas Sahid Surakarta.
11. Fitria Yuliani, M.Pd selaku Humas Universitas Pignatelli Triputra dan narasumber dalam penelitian skripsi ini.
12. Semua teman-teman yang sudah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
13. Semua pihak yang telah mendukung dan tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan kearah yang lebih baik. Kebenaran datangnya dari Allah dan kesalahan datangnya dari diri penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada kita semua.

Surakarta, 19 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Peneliti Terhadulu	8
2.2 Tinjauan Pustaka	8
2.2.1 Komunikasi.....	8
2.2.2 Proses Komunikasi	10
2.2.3 Humas (Hubungan Masyarakat) atau PR (<i>Public Relations</i>)	12
2.2.4 IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	13
2.2.5 Analisis SWOT	15
2.3. Kerangka Berpikir	16
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Lokasi Penelitian.....	19
3.3 Data	19

3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	20
3.5 Validasi Data.....	20
3.6. Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Deskripsi Universitas Pignatelli Triputra.....	23
4.1.1 Sejarah Universitas Pignatelli Triputra.....	23
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan	25
4.1.3 Nilai-nilai Inti	27
4.1.4 Logo Universitas Pignatelli Triputra	28
4.2 Strategi IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>) Universitas Pignatelli Triputra	29
4.2.1 Iklan (<i>Advertising</i>)	28
4.2.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	32
4.2.3 Kegiatan dan Pengalaman (<i>Event and Experiences</i>)	34
4.2.4 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	35
4.2.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	38
4.2.6 Pemasaran Interaktif (<i>Interactive Marketing</i>)	40
4.2.7 Pemasaran dari Mulut ke Mulut (<i>Word of Mouth Marketing</i>) ..	41
4.2.8 Penjualan Personal (<i>Personal Promotion</i>)	42
4.3 Pembahasan Analisis SWOT	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	19
Tabel 4.1.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	5
Gambar 2.1	11
Gambar 2.2	14
Gambar 4.1	28
Gambar 4.2	30
Gambar 4.3	31
Gambar 4.4	33
Gambar 4.5	34
Gambar 4.6	36
Gambar 4.7	37
Gambar 4.8	38
Gambar 4.9	39
Gambar 4.10	40
Gambar 4.11	43
Gambar 4.12	44
Gambar 4.13	44
Gambar 4.14	45

ABSTRAK

Strategi IMC (*Integrated Marketing Communication*) Humas dalam Kegiatan Universitas Pignatelli Triputra Surakarta, MUSTIKA PERWITA TITISARI PEP.

Universitas Pignatelli Triputra melakukan penerapan strategi IMC dalam kegiatan promosi. Tujuan dari penelitian ini menjelaskan penerapan strategi IMC (*Integrated Marketing Communication*) Humas dalam kegiatan promosi Universitas Pignatelli Triputra. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Universitas Pignatelli Triputra sudah melaksanakan 8 strategi IMC, yaitu iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), kegiatan dan pengalaman (*events and experiences*), hubungan masyarakat (*public relations*), pemasaran langsung (*direct marketing*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*) dan penjualan personal (*personal selling*). Dalam analisis SWOT ditunjukkan bahwa strategi iklan (*advertising*), kegiatan dan pengalaman (*events and experiences*), hubungan masyarakat (*public relations*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan penjualan personal (*personal selling*) efektif dalam mempromosikan Universitas Pignatelli Triputra. Strategi promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*) dan pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*) belum cukup mampu mempromosikan Universitas Pignatelli Triputra kepada masyarakat.

Kata kunci: IMC, Humas, SWOT, Universitas Pignatelli Triputra

ABSTRACT

Public Relations IMC (Integrated Marketing Communication) Strategy in the Activities of Pignatelli Triputra University Surakarta, MUSTIKA PERWITA TITISARI PEP. 2020072002.

Pignatelli Triputra University implements the IMC strategy in promotional activities. The study aims to explain the implementation of the Public Relations IMC (Integrated Marketing Communication) strategy in the promotion activities of Pignatelli Triputra University. This study used a descriptive qualitative method. Methods of data collection were carried out by observation and interviews.

The results showed that Pignatelli Triputra University had implemented 8 IMC strategies, namely advertising, sales promotion, events and experiences, public relations, direct marketing, interactive marketing, and personal selling. The SWOT analysis shows that the advertising, events and experiences, public relations, direct marketing, and personal selling strategies effectively promote Pignatelli Triputra University. Promotion sales strategies, interactive marketing and word of mouth marketing have not been sufficiently able to promote Pignatelli Triputra University to the public.

Keywords: IMC, Public Relations, SWOT, Pignatelli Triputra University

