

SKRIPSI

PENERAPAN STRATEGI IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS*) PADA “SUKOHARJO HYBRID EXPO 2022”

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



Disusun Oleh :

**NANDING ARIEF EKHSANDY
NIM. 2019071018**

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

LEMBAR PERSETUJUAN

PENERAPAN STRATEGI IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS*) PADA “SUKOHARJO HYBRID EXPO 2022”

Disusun Oleh :

NANDING ARIEF EKHSANDY

NIM. 2019071018

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
di hadapan Dewan Penguji
pada tanggal : 16 Februari 2024

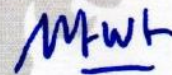
Pembimbing I



Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP., M.I.Kom

NIDN. 0628108001

Pembimbing II



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

NIDN. 0628108301

Mengetahui,

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sahid Surakarta



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

NIDN. 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN STRATEGI IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS*) PADA “SUKOHARJO HYBRID EXPO 2022”

Disusun Oleh :

NANDING ARIEF EKHSANDY

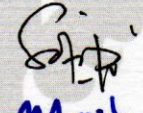
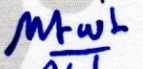
NIM. 2019071018

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

Universitas Sahid Surakarta

Pada hari Jum'at tanggal 16 Februari 2024

Dewan Penguji,

1. Penguji 1 Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP, M.Ikom ()
2. Penguji 2 Dr. Rahmat Wisudawanto, M.Hum ()
3. Penguji 3 Hasbullah Azis, S.I.Kom., M.I.Kom ()

Mengetahui,

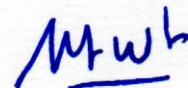
Dekan
Fakultas Sosial, Humaniora,
dan Seni



Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si

NIDN. 0602058801

Kepala 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 : Nanding Arief Ekhsandy

NIM : 2019071018

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 mencantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan di cantumkan 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, 26 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,



Nanding Arief Ekhsandy
NIM. 2019071018

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN PUBLIKASI**

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

Nama : Nanding Arief Ekhsandy

NIM : 2019071018

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 STRATEGI IMC (INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS) PADA "SUKOHARJO HYBRID EXPO 2022*.

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, 26 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Nanding Arief Ekhsandy

NIM. 2019071018

MOTTO

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok. Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya.

(Albert Einstein)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan saya untuk bisa melanjutkan belajar pada jenjang S-1 pada jurusan yang akan saya cintai selamanya, Ilmu Komunikasi. Selanjutnya, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak Ponijo, S.E dan Ibu Lartini selaku orang tua yang selalu mendukung serta mendoakan tiada henti selama penulis menjalankan perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
2. Jilang Rahmadania. Terima kasih atas doa dan dukungan secara penuh untuk penulis, yang juga selalu menemani disela-sela kesibukannya dan memberikan semangat penulis untuk terus belajar.
3. Sahabat penulis : Sinta, Tassya, Afif, dan David.
4. Dosen Pembimbing I, Ibu Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP., M.I.Kom dan Dosen Pembimbing II, Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis secara sabar sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Penulis menyadari kelancaran penyusunan laporan ini berkat bantuan, dorongan, dan bimbingan dosen pembimbing, sehingga kendala yang penulis hadapi dapat teratasi dengan cepat.

Penulis juga menyadari bahwa selama proses penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan berupa kritikan, saran, dorongan, bimbingan, petunjuk, nasihat, dan kerja sama dari berbagai pihak, yaitu kepada :

1. Ibu Sri Huning Anwariningsih, ST., M.Kom selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Ibu Destina Paningrum, SE., M.M selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Marwahyudi, S.Pd., MT.IPP selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
5. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.
6. Ibu Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing I.
7. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum selaku Dosen Pembimbing II.
8. Bapak Bambang Eko Warsana selaku mantan Kepala Bidang Perdagangan DISKOPUMDAG Kabupaten Sukoharjo.
9. Orang tua penulis
10. Dan teman – teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2019.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi almamater, masyarakat, dan untuk referensi di penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat topik penelitian yang sama.

Surakarta, 26 Januari 2024

Nanding Arief Ekhsandy



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ORISINILITAS KARYA ILMIAH	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN TEORI	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Komunikasi	8
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	10
2.2.4 Strategi Promosi.....	12
2.2.5 Integrated Marketing Communication	13
2.2.6 Kuliner.....	17
2.3 Kerangka Berpikir	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Lokasi Penelitian	20
3.3 Sumber Data dan Data.....	20
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3.5 Validitas Data	21
3.6 Teknik Analisis Data	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	24
4.1.1 Sejarah Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan .. Kabupaten Sukoharjo	24
4.1.2 Lokasi Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan	25
4.1.3 Struktur Organisasi Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, ... dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo.....	26

4.1.4	Tugas Pokok, Fungsi, Visi dan Misi Dinas Koperasi, Usaha Kecil ... dan Menengah, dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo.....	27
4.2	Pembahasan	28
4.3	Analisis SWOT.....	34
4.3.1	Strength (Kekuatan)	35
4.3.2	Weakness (Kelemahan).....	36
4.3.3	Opportunity (Peluang).....	37
4.3.4	Threats (Ancaman).....	38
BAB V PENUTUP.....		39
5.1	Kesimpulan.....	39
5.2	Saran	40
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Iklan Sukoharjo Hybrid Expo	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data	22



DAFTAR GAMBAR

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
---------------------------------------	---



ABSTRAK

Maraknya PHK masal yang dilakukan perusahaan-perusahaan besar secara sepihak karena menurunnya pendapatan akibat Covid-19 mengakibatkan Pemerintah Indonesia menyoroti fenomena ini. Pemerintah Kabupaten Sukoharjo melalui Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan (DISKOPUMDAG) menggelar event “Sukoharjo Hybrid Expo 2022” untuk memperbaiki keadaan ekonomi khususnya pada masyarakat Kabupaten Sukoharjo. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *Integrated Marketing Communications* (IMC) yang diterapkan oleh DISKOPUMDAG pada event tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Sumber data yang didapatkan melalui wawancara dan observasi yang merupakan data primer, dan studi literatur yang merupakan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keenam strategi yang dipaparkan oleh Kotler (2002), DISKOPUMDAG telah menerapkan lima strategi pada Sukoharjo Hybrid Expo 2022. Kelimanya tersebut yaitu, strategi periklanan berupa pemasangan flyer, baliho, dan iklan melalui sosial media. Strategi pemasaran langsung berupa tidak adanya batasan dari Pemerintah sehingga pelaku UMKM dapat secara langsung memasarkan produknya. Strategi promosi penjualan dan penjualan personal berupa diadakannya talkshow secara rutin pada jam tertentu setiap harinya dan DISKOPUMDAG mewajibkan para pelaku UMKM memasang katalog produk serta tanda pengenalan produk. Strategi hubungan masyarakat berupa teratasinya permasalahan UMKM dengan event ini. Hasil penelitian yang didapatkan dianalisis menggunakan SWOT untuk mengidentifikasi apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya dari masing-masing strategi yang telah diterapkan.

ABSTRACT

The rise of mass layoffs by big companies unilaterally due to COVID-19 has resulted in the Indonesian Government highlighting this phenomenon. The Sukoharjo Government through the Department of Cooperatives, SMEs and Trade (DISKOPUMDAG) held the "Sukoharjo Hybrid Expo 2022" event to improve the economic situation, especially for the Sukoharjo community. The research aims to find out how DISKOPUMDAG implemented Integrated Marketing Communications.

(IMC) at this event. This research used a qualitative descriptive method. The sampling technique used purposive sampling. Primary data was obtained through interviews and observations while secondary data was obtained through literature studies. The results show that based on are six strategies described by Kotler (2002), DISKOPUMDAG has implemented five strategies at the Sukoharjo Hybrid Expo 2022. They are advertising strategies in the form of flyers, billboards, and advertising via social media. The direct marketing strategy is in the form of no restrictions from the Government so that MSMEs can directly market their products. The sales promotion and personal sales strategy takes regular talk shows at certain times every day and DISKOPUMDAG requires MSME to display product catalogs and product identification. The public relations strategy is solving MSME problems with this event. The results of the SWOT analysis are to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of each strategy that has been implemented.

