

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WORLD INNOVATIVE
TELECOMUNICATION (OPPO INDONESIA) DI MASA PANDEMI
PERIODE NOVEMBER 2020**

SKRIPSI

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Akademik
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

Peminatan : *Broadcasting*



DANNY ALFARIDZI

NIM : 17010012

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI

ALMAMATER WARTAWAN SURABAYA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WORLD INNOVATIVE
TELECOMUNICATION (OPPO INDONESIA) DI MASA PANDEMI
PERIODE NOVEMBER 2020**

Oleh

DANNY ALFARIDZI

17010012

Telah diujikan di depan Dewan Penguji Skripsi pada tanggal 12 Agustus 2021.

Susunan Dewan Penguji Skripsi



**Drs. Moch. Djauhari,
M.Si.**

Ketua Penguji



**Suprihatin, S.Pd.,
M.Med.Kom.**

Anggota



**Dra. Puasini Apriliyantini,
M.Si.**

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 12 Agustus 2021



Suprihatin, S.Pd., M.Med.Kom
Kepala Program Studi



Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si.
Pjs. Ketua Stikosa-AWS



PERNYATAAN ORSINILITAS

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS),

Nama Mahasiswa : Danny Alfaridzi
NIM : 17010012
Program Studi : *Broadcasting*

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WORLD INNOVATIVE TELECOMUNICATION (OPPO INDONESIA) DI MASA PANDEMI PERIODE NOVEMBER 2020** adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil perkuliahan, observasi lapangan, buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka.
2. Bukan merupakan duplikasi karya ilmiah yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian yang sumber informasinya dicantumkan dengan cara penulisan referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka pada Skripsi saya.

Jika di kemudian hari terbukti saya tidak memenuhi seperti yang telah dinyatakan di atas, maka Skripsi ini dapat dibatalkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Surabaya, 23 Juli 2021
Yang membuat pernyataan



Danny Alfaridzi



PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WORLD INNOVATIVE TELECOMUNICATION (OPPO INDONESIA) DI MASA PANDEMI PERIODE NOVEMBER 2020

Oleh

Nama : Danny Alfaridzi

NIM : 17010012

Peminatan : *Broadcasting*

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Surabaya, 23 Juli 2021

Menyetujui :

Pembimbing

(Dra. Puasini Aprilyatini, M.Si.)

Kepala Program Studi

(Suprihatin, S.pd., M.Med.Kom.)



PERSEJUTUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI


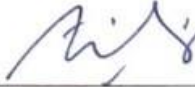

Pada Kamis, 12 Agustus 2021 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi Sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS), atas mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Danny Alfaridzi

NIM : 17010012

Peminatan : *Broadcasting*

Dengan Skripsi berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WORLD INNOVATIVE TELECOMUNICATION (OPPO INDONESIA) DI MASA PANDEMI PERIODE NOVEMBER 2020** oleh Dewan Penguji Skripsi yang terdiri dari:

Nama	Status	Tanda tangan
1. <u>Drs. Moch. Djauhari, M.Si.</u>	, sebagai Ketua	
2. <u>Suprihatin, S.Pd., M.Med.Kom.</u>	, sebagai Anggota	
3. <u>Dra. Puasini Apriliyantini, M.Si.</u>	, sebagai Anggota	

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 memiliki dampak di berbagai sektor, salah satunya di perbelanjaan toko dan mall yang menjual gawai seperti Toko Las Vegas Royal Plaza. Gawai menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan. Sehingga produsen gawai berlomba-lomba untuk mempromosikan produknya dan keunggulan yang bisa memenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat. Persaingan yang ketat memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang terencana dalam mendapatkan perhatian dan hati masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran PT. World Innovative Telecommunication (OPPO Indonesia) Toko Las Vegas Royal Plaza Surabaya. Menggunakan teknik memperoleh data secara primer yang mencakup wawancara, observasi serta dokumentasi dan data sekunder data yang diperoleh dengan berbagai macam data dan teori guna melengkapi data yang berhubungan dengan topik penelitian. Kemudian dianalisis menggunakan *Integrated Marketing Communication*. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. World Innovative Telecommunication (OPPO Indonesia) Toko Las Vegas Royal Plaza Surabaya selama bulan November 2020 mengacu pada model Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*) yaitu *Direct Marketing, Sales Promotion, Public Relation, Personal Selling, Advertising, Publicity, Event, Interactive Marketing*. PT. World Innovative Telecommunication (OPPO Indonesia) Toko Las Vegas Royal Plaza gagal melakukan Promosi Penjualan, Publisitas, Periklanan dan Event.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Promosi, Gawai OPPO, IMC

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had an impact on various sectors, one of which is in shopping stores and malls that sell gadgets such as the Las Vegas Royal Plaza Store. Devices are a major need in life. So that gadget manufacturers are competing to promote their products and advantages that can meet the needs and desires of the community. Intense competition requires a well-planned marketing communication strategy to get people's attention and hearts. This study used descriptive qualitative method. The purpose of this study was to determine the marketing communication strategy of PT. World Innovative Telecommunications (OPPO Indonesia) Las Vegas Royal Plaza Surabaya. Using the technique of obtaining primary data which includes interviews, observations and documentation and secondary data, the data obtained with various kinds of data and theories in order to complete the data related to the research topic. Then analyzed using Integrated Marketing Communication. The results showed that the marketing communication strategy carried out by PT. World Innovative Telecommunication (OPPO Indonesia) The Las Vegas Royal Plaza Surabaya store during November 2020 refers to the Integrated Marketing Communication model, namely Direct Marketing, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling, Advertising, Publicity, Events, Interactive Marketing. PT. World Innovative Telecommunications (OPPO Indonesia) The Las Vegas Royal Plaza store failed to carry out Sales Promotion, Publicity, Advertising and Events.

Keyword : Marketing Communication Strategy, Promotion, OPPO Device, IMC

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas berkat karunia, hikmat akal budi, dan damai sejahtera yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. World Innovative Telecommunication (OPPO Indonesia) di Masa Pandemi Periode November 2020*. Skripsi yang peneliti ajukan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam prosesnya, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala. Namun berkat dukungan dan bimbingan dari begitu banyak pihak dan karunia yang diberikan oleh Tuhan Yesus Kristus, maka kendala yang peneliti hadapi dapat teratasi. Pada kesempatan ini pula peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan berkat karunia, hikmat akal budi dan kesehatan dalam kehidupan peneliti, khususnya mempermudah peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua yaitu Ibu saya Dwi Soelistyorini dan Ayah saya Raffles Everd Alexander yang telah melimpahkan kasih sayang, doa dan selalu memberi dukungan yang tiada hentinya kepada peneliti.
3. Ibu Dra. Puasini Aprilyatini, M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan beserta semangat dalam menyelesaikan skripsi peneliti.
4. Bapak Dr. Jokhanan Kristiyono, S.T., M.Med.Kom. selaku dosen wali yang peneliti banggakan.
5. Dosen pengajar STIKOSA-AWS, atas refrensi tentang materi penelitian dan motivasinya yang membuat peneliti terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh staf BAA dan keuangan yang telah membantu dalam administrasi dari awal hingga akhir perkuliahan.
7. Keluarga saya yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Grace Putri Amelia yang telah mendukung, memberi masukan, memberi semangat dan membantu banyak hal dalam penulisan skripsi.
9. Staff Toko Las Vegas Royal Plaza Surabaya yang telah bersedia peneliti wawancara selama proses penelitian ini berlangsung.
10. Teman-teman seperjuangan di antaranya, Prayogo Maulana, Agathon Agnar, Malik Mulyana dan juga seluruh mahasiswa STIKOSA-AWS yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan semangatnya.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karenanya, peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi almamater tercinta.

Surabaya, 23 Juli 2021

Peneliti

Danny Alfaridzi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORSINILITAS	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
PERSEJUTUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1. Secara Teoritis	10
1.5.2. Secara Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Komunikasi	11
2.1.1. Pengertian Komunikasi	11
2.1.2. Fungsi Komunikasi	12
2.1.3. Unsur-Unsur Komunikasi	14
2.1.4. Bentuk Komunikasi	16
2.1.5. Hambatan Komunikasi.....	17

2.1.6. Pengelompokan Komunikasi.....	18
2.1.7. Proses Komunikasi	19
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.1. Tujuan Komunikasi Pemasaran	23
2.2.2. Fungsi Komunikasi Pemasaran	23
2.3. <i>Integrated Marketing Communication</i>	27
2.3.1. Pengertian <i>Integrated Marketing Communication</i>	27
2.3.2. Ciri - ciri <i>Integrated Marketing Communication</i>	29
2.3.3. Konsep <i>Integrated Marketing Communication</i>	30
2.4. Definisi Strategi.....	36
2.6. Kerangka Teori.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2. Metode Penelitian.....	39
3.2.1. Definisi Konsep	40
3.2.2. Sumber Data.....	40
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data	41
3.2.4. Metode Pengujian Data.....	47
3.2.5. Analisis Data	48
BAB IV OBJEK PENELITIAN	50
4.1. Deskripsi Objek.....	50
4.1.1. Profil Objek Penelitian.....	50
4.1.2. Visi dan Misi Objek Penelitian.....	51
4.1.3. Lokasi Objek Penelitian	52
4.1.4. Struktur Organisasi	53
4.2. Profil Informan.....	55
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	56
5.1. Analisis Data	56

5.2. Interpretasi Data	65
5.3. Pembahasan.....	68
BAB VI PENUTUP	75
6.1. Kesimpulan	75
6.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	81
A. Transkrip Wawancara (Verbatim)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan	8
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	37
Gambar 4. 1 Logo Las Vegas	51
Gambar 4. 2 Lokasi Penelitian.....	52
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Toko Las Vegas Royal Plaza	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jurnal Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang)	6
Tabel 1. 2 Jurnal Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Ciputra Symphony Melalui Aktivitas Personal Selling Untuk Meningkatkan Penjualan Perumahan Citraland Pekanbaru	6
Tabel 1. 3 Jurnal Strategi Pemasaran PT. Samsung Electronic Indonesia Divisi Hhp Cabang Makassar	6
Tabel 2.1 Profil Informan	55