



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT VISUAL  
COMMUNICATION SOLUTION DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PERIODE OKTOBER – DESEMBER 2019**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh:

**SEPTI SETIA ASIH**  
**44315120075**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi dengan tepat waktu.

Adapun judul dari skripsi ini yaitu Strategi Komunikasi Pemasaran PT Visual Communication Solution Dalam Meningkatkan Penjualan Periode Oktober – Desember 2019 guna memenuhi salah satu syarat kelulusan di fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing dan memberikan motivasi besar kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Ucapan terima kasih ini khususnya akan peneliti sampaikan:

1. Ibu Gadis Octory, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua sidang tugas akhir, yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada peneliti.
3. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom selaku ketua bidang studi Marketing Communication and Advertising dan juga dosen mata kuliah tugas akhir, yang telah memberikan motivasi serta pengajaran yang baik selama peneliti melaksanakan perkuliahan.

4. Bapak Puji Kurnianto sebagai Sales Manager di PT Visual Communication Solution yang telah memberikan bantuan, kerjasama, dan pengajaran yang baik kepada penulis dalam menyusun tugas akhir/skripsi.
5. Yang peneliti cintai, kedua orangtua dan keluarga besar peneliti yang telah memberikan doa, kasih sayang serta dukungan baik secara moral maupun material sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Dan juga teman-teman peneliti yang selalu ada memberikan keceriaan, kebahagiaan, motivasi, semangat dan dukungan kepada peneliti.

Tugas akhir ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan tugas akhir ini, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan peneliti agar tugas akhir ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan baik masukan bagi akademis, praktisi maupun masyarakat umum.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Juni 2020

Septi Setia Asih

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b>	
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>i</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>iii</b>
<b>Lembar Pernyataan Mahasiswa</b> .....	<b>v</b>
<b>Lembar Persetujuan Skripsi</b> .....	<b>vi</b>
<b>Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi</b> .....	<b>vii</b>
<b>Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB 1 Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 Tinjauan Pustaka</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teori.....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	19
2.2.2 Proses Komunikasi Pemasaran .....	22
2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	23
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	24
2.2.5 Bauran Pemasaran .....	31
2.2.6 Bauran Promosi .....	34
<b>BAB 3 Metodologi Penelitian</b>	
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Subyek Penelitian .....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.5 Teknik Analisi Data .....	39
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	40

<b>BAB 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan</b>	
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>42</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>56</b>
<b>BAB 5 Kesimpulan dan Saran</b>	
<b>1.1 Kesimpulan.....</b>	<b>60</b>
<b>1.2 Saran .....</b>	<b>61</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>62</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septi Setia Asih

NIM : 44315120075

Konsentrasi : *Advertising & Marcom*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Visual Communication Solution Dalam Meningkatkan Penjualan Periode Oktober – Desember 2019** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 11 September 2020

Yang Membuat Pernyataan

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



(Septi Setia Asih)

Pembimbing,

(Gadis Octory, S.Ikom, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. VISUAL COMMUNICATION SOLUTION DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERIODE OKTOBER – DESEMBER 2019**

Nama : Septi Setia Asih

NIM : 44315120075

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marcom*

Jakarta, 28 Agustus 2020

Mengetahui,  
Pembimbing



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
( Gadis Octory, S.Ikom, M.Ikom )

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.  
VISUAL COMMUNICATION SOLUTION DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PERIODE  
OKTOBER – DESEMBER 2019**

Nama : Septi Setia Asih

NIM : 44315120075

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marcom*

Jakarta, 28 Agustus 2020

Mengetahui,  
Pembimbing



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
( Gadis Octory, S.Ikom, M.Ikom )



LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
PT. VISUAL COMMUNICATION  
SOLUTION DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PERIODE OKTOBER -  
DESEMBER 2019

Nama : Septi Setia Asih

NIM : 44315120075

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marcom

Jakarta, 4 September 2020

Ketua Sidang,

Dr. Farid Hamid, M.Si



(.....)

Penguji Ahli,

Siti Muslichatul, S.Ikom, M.Ikom



(.....)

Pembimbing,

Gadis Octory, S.Ikom, M.Ikom



(.....)



**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Bidang Studi Marketing Komunikasi & Advertising**  
**Septi Setia Asih**  
**44315120075**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT VISUAL COMMUNICATION SOLUTION DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERIODE OKTOBER – DESEMBER 2019**  
**Bibliografi : 5 Bab 63 Hal + 14 Lampiran + 26 acuan**

### **ABSTRAK**

Strategi komunikasi pemasaran adalah elemen penting dalam mengkomunikasikan dan memasarkan produk. PT Visual Communication Solution merupakan salah satu perusahaan IT di Jakarta, menawarkan berbagai produk hardware IT dan di Q4 2019 mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Peneliti ingin mencari tahu strategi komunikasi pemasaran apa yang digunakan oleh PT Visual Communication Solution, yang membuat PT Visual Communication Solution terus bertahan sampai saat ini.

Peneliti menggunakan teori Philip Kotler yaitu strategi komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Penentuan segmentasi, targeting dan positioning, penentuan bauran komunikasi pemasaran dan bauran promosi merupakan bauran tertentu pemasangan iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), event (*event*), penjualan personal (*personal selling*) dan alat-alat pemasaran langsung (*direct marketing*) yang digunakan oleh perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Visual Communication Solution. Metode yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara yang mendalam dengan narasumber dan observasi.

Hasil penelitian ini berisi penjabaran strategi komunikasi pemasaran PT Visual Communication Solution menggunakan elemen dari bauran promosi yaitu Direct Marketing dan dari kegiatan Direct Marketing yang dilakukan termasuk dalam *pushing strategy*.

Kata kunci : Komunikasi pemasaran, promosi