



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION**

**RAUDHATUL ATHFAL (RA) AL MUKHLISHIN**

**PADA TAHUN 2019**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

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

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh:

**TRI HARIYANTO RAMADHAN**

**44315120009**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2020**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing & Komunikasi  
Tri Hariyanto Ramadhan  
44315120009

Judul Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Raudhatul Athfal (RA) Al Mukhlishin pada tahun 2019

Bibliografi : 67 Halaman + V Bab + 2 Lampiran, Referensi 10 Buku + 3 Jurnal  
+ 4 Sumber Internet

### **ABSTRAK**

IMC adalah konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang matang dengan mengevaluasi peran masing-masing bentuk komunikasi pemasaran (periklanan umum, *sales promotion*, *public relations* dan lain-lain) dan memadukan bentuk-bentuk komunikasi pemasaran ini untuk memberikan kejelasan, konsistensi dan dampak komunikasi yang maksimal.

Raudlatul Athfal (RA) merupakan jenjang pendidikan anak usia dini (yakni usia 6 tahun atau di bawahnya) dalam bentuk pendidikan formal di bawah pengelolaan Kementerian Agama. RA setara dengan taman kanak-kanak (TK), di mana kurikulumnya ditekankan pada pemberian rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani agar anak memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut

Penelitian ini menggunakan paradigma Analisis Deskriptif sebagai bagian dari penelitian kualitatif. Data primer dan data sekunder didapatkan melalui hasil wawancara mendalam terhadap tiga narasumber utama dan disertai dengan studi kepustakaan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, hasil wawancara menunjukkan bahwa Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) di Raudhatul Athfal (RA) Al Mukhlishin yaitu melalui media online / offline dan media lisan / tulisan.

Kata Kunci : *IMC* , *Raudhatul Athfal*, *Al Mukhlishin*



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION  
RAUDHATUL ATHFAL (RA) AL MUKHLISHIN PADA TAHUN  
2019.**

Nama : Tri Hariyanto Ramadhan

NIM : 44315120009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 21 Agustus 2020

UNIVERSITAS  
Mengetahui,  
MERCU BUANA  
Dosen Pembimbing

**(Riki Arswendi, M.I.Kom)**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION  
RAUDHATUL ATHFAL (RA) AL MUKHLISHIN PADA TAHUN 2019**

Nama : Tri Hariyanto Ramadhan

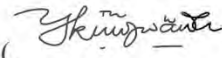
NIM : 44315120009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 21 Agustus 2020

Ketua Sidang  
Yuni Tresnawati, M.I.Kom

(.  .)

Penguji Ahli  
Gadis Octory, M.I.Kom

(.  .)

Pembimbing  
Riki Arswendi, M.I.Kom

(.  .)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION  
RAUDHATUL ATHFAL (RA) AL MUKHLISHIN PADA TAHUN 2019**

Nama : Tri Hariyanto Ramadhan

NIM : 44315120009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 21 Agustus 2020  
Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Advertising  
& Marcomm**



(Riki Arswendi, M.I.Kom)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

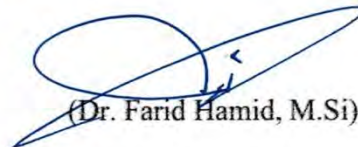


(Yuni Tresnawati, M.I.Kom)

**Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi**



(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn., Ph.D.)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tri Hariyanto Ramadhan

Nim 44315120009

Jurusan : Digital Advertising &

Marketing Communication Fakultas :

Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **PENERAPAN INTEGRATED MARKETING  
COMMUNICATION RAUDHATUL ATHFAL (RA) AL  
MUKHLISHIN PADA TAHUN 2019**

Dengan ini 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 peneliti 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, 21 Agustus 2020



Tri Hariyanto Ramadhan

Mengetahui,

Pembimbing

(Riki Arswendi, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi  
Advertising & Marketing Communication

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan atas kehadiran Subhanahu Wa Ta'ala, Karena atas rahmat dan karunia – Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “ *Evaluasi Program Komunikasi Pemasaran Raudhatul Athfal (RA) Al Mukhlisin Pada Tahun 2019* “. Maksud dari tujuan penulisan skripsi ini yaitu sebagai tugas akhir guna mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 ( S1 ) pada Fakultas Ilmu Komunikasi, bidang studi *Marketing Communication & Advertising*.

Peneliti mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah Kedua orang tua saya , Babeh dan Ibu yang selalu mendoakan anaknya dimanapun mereka berada .

1. Bapak Riki Arswendi, S.I.Kom, M.Ikom selaku pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah memberikan bimbingan, memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan, dukungan, motivasi, saran, waktu serta pengarahan yang baik selama penulis menyelesaikan Proposal penelitian ini.
3. Yuni Tresnawati, M.I.Kom selaku ketua bidang studi Digital Advertising & Marcomm, Universitas Mercu Buana.
4. Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Bidang studi Digital Advertising & Marcomm sekaligus dosen pengempu mata kuliah Tugas Akhir yang telah memberikan bantuan, pikiran, waktu, dan tenaganya, serta pengajaran yang baik selama penulis melaksanakan perkuliahan.
5. Segenap dosen yang telah memaparkan materi perkuliahan sehingga peneliti dapat menyusun proposal tugas akhir ini.

6. Keluargaku Tersayang Babeh Family yang selalu memberikan motivasi dan selalu mendoakanku serta memberikan kepercayaan dan kebebasan kepada penulis untuk memilih jalan hidupnya.
7. Beby Hapsari, S.Farm, A.pt. Kekasihku yang selalu memberikan motivasi dan mengajarkan arti perjuangan dan kemandirian, sehingga penulis dapat menyelesaikan satu persatu impiannya termasuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. RA Al Mukhlisin beserta rekan – rekan narasumber yang telah bekerjasama dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian guna mencapai gelar sarjana.
9. Teman – teman Marcomm 28 (angkatan 2015) yang sudah hampir 4 tahun selalu bersama, saling memberikan support dan saling memotivasi
10. Teruntuk teman-teman celoteh anak : Teguh, Fariz, Syifa, Rachma dan Iqbal. Terima kasih atas canda tawa, keluh kesah dan kehebohannya di kantin dan diluar kantin selama ini.
11. Ibu penjaga warteg kampus Mercu Buana menteng, terima kasih karena telah menyediakan makanan 4 sehat dan 5 sempurna dengan sistem pembayaran “pay later” khusus bagi penulis. Jasa ibu akan saya ingat selalu

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini tidak lepas dari banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap pembaca dapat memberikan kritik maupun saran untuk menjadi bahan evaluasi penulis kedepannya.

Jakarta, 21 Agustus 2020



Tri Hariyanto Ramadhan



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teoritis .....	12
2.2.1 Integrated Marketing Communication .....	12
2.2.2 Evaluasi Program .....	17
2.2.3 Pemasaran Sekolah .....	20
2.2.4 Strategi Pemasaran Sekolah .....	23
2.2.5 Pendidikan Anak Usia Dini .....	25
2.3 Kerangka Berpikir .....	29
<b>BAB III METEDOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	30
3.2 Metode Penelitian .....	31
3.3 Subjek Penelitian .....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	32

3.5 Teknik Analisis Data .....	34
3.6 Teknik Keabsahan data .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Raudhatul Afthal (RA) Al Mukhlishin.....	36
4.2 Strategi Promosi Sekolah RA Al Mukhlishin .....	39
4.3 Strategi yang dilakukan RA Al Mukhlishin.....	40
4.3.1 Promosi .....	40
4.3.2 Hambatan .....	44
4.3.3 Hasil Promosi .....	45
4.2.4 Evaluasi .....	46
4.4 Pembahasan.....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar penelitian terdahulu .....	8
Tabel 2.2. Jenis – Jenis Media Periklanan .....	14
Tabel 4.1 Narasumber yang diwawancarai di RA Al Mukhlisin .....	39
Tabel 4.2 Evaluasi Strategi Promosi Sekolah RA Al Mukhlisin .....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rincian daftar siswa RA AL Mukhlisin dari Tahun 2015 – 2019.....	3
--------------------------------------------------------------------------------	---

