



IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ANTIVIRUS TREND MICRO
DI PT. REALTA CHAKRADAMA PERIODE 2021

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

HAPPY NATHALIA

44317120006

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Happy Nathalia

NIM : 44317120006

Program Studi : Marketing Communication And Advertising

Judul Laporan Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Penjualan Produk Antivirus Trend Micro
Di PT Realta Chakradarma Periode 2021

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 05 September 2023



(Happy Nathalia)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Happy Nathalia
NIM : 44317120006
Program Studi : Marketing Communication And Advertising
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Penjualan Produk Antivirus Trend Micro
Di PT Realta Chakradarma Periode 2021

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Marketing Communication And Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Berliani Ardha, S.E, M.Si

NIDN : 0324067302

Ketua Penguji : Dewi S. Tanti, S.Sos, M.Si

NIDN : 0726067701

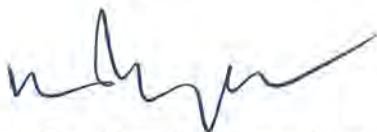
Penguji Ahli : Rika Yessica Rahma, M.Ikom

NIDN : 0314057804

Jakarta, 05 September 2023

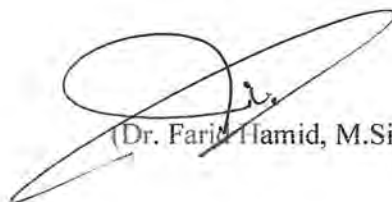
Mengetahui,

Dekan



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Happy Nathalia
NIM : 44317120006
Program Studi : Marketing Communication And Advertising
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Penjualan Produk Antivirus Trend Micro
Di PT Realta Chakradarma Periode 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non – Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, Mengalihmedia / format-kan, Mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 05 September 2023

Yang menyatakan,



(Happy Nathalia)

ABSTRAK

Nama : Happy Nathalia
NIM : 44317120006
Program Studi : Marketing Communication And Advertising
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Penjualan Produk Antivirus Trend Micro
Di PT Realta Chakradarma Periode 2021

Seiring dengan perkembangan IT yang berkembang pesat, kejahatan siber yang memanfaatkan teknologi komputer dan jaringan internet juga semakin berkembang. Kejahatan ini dapat berdampak pada keamanan dan privasi serta merugikan secara finansial dan non finansial bagi pengguna baik itu individu ataupun perusahaan atau organisasi yang menyebabkan tren kenaikan permintaan produk antivirus dan persaingan strategi dan komunikasi pemasaran dari perusahaan-perusahaan antivirus untuk memasarkan dan menjual produk antivirus mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah implementasi komunikasi pemasaran di PT Realta Chakradarma periode 2021 untuk meningkatkan salah satu produk antivirus nya.

Adapun cara untuk meneliti implementasi komunikasi pemasaran tersebut adalah dengan membedah komponen komunikasi yaitu Komunikator, Media, Khalayak, Feedback dan Efek. Dan juga strategi komunikasi yang digunakan yaitu Segmentasi, Targetting dan Positioning. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan interview terhadap 3 key informan perusahaan dan 2 informan pelanggan dan vendor yang berkaitan dengan obyek penelitian.

Hasil penelitian menunjukan bahwa dengan PT Realta Chakradarma mengimplementasikan pendekatan komunikasi pemasaran atas produk antivirus Trend Micro adalah sebagai berikut:

1. Melakukan promosi penjualan mendapatkan hasil yang sangat berdampak.
2. Melakukan pemasaran secara langsung mendapatkan hasil yang berdampak.
3. Melakukan penjualan personal mendapatkan hasil yang cukup berdampak.
4. Melakukan periklanan mendapatkan hasil yang tidak terlalu berdampak.
5. Melakukan kegiatan dalam hal hubungan masyarakat mendapatkan hasil yang sangat tidak berdampak

Berdasarkan hasil yang didapat, maka dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan promosi penjualan akan mendapatkan hasil yang sangat berdampak, sedangkan melakukan kegiatan dalam hal hubungan masyarakat mendapatkan hasil yang sangat tidak berdampak.

Kata Kunci: Implementasi, Komunikasi Pemasaran, Penjualan, Antivirus, Trend Micro

ABSTRACT

Name : Happy Nathalia
NIM : 44317120006
Study Program : Marketing Communication And Advertising
Title Internship Report/Thesis/Dissertation : Implementation of Marketing
Communications in Increasing Sales of
Trend Micro Antivirus Product at PT Realta
Chakradarma for the 2021 period
Counsellor : Berliani Ardha, SE.Msi

Along with the rapid development of IT, cybercrime that utilizes computer technology and internet networks is also growing. This crime can have an impact on security and privacy as well as financial and non-financial detrimental to users, be it individuals or companies or organizations. This causes an upward trend in demand for antivirus products and competition in strategies and marketing communications from antivirus companies to market and sell their antivirus products. This research aims to examine the implementation of marketing communications of PT Realta Chakradarma in 2021 to improve the selling of one of its antivirus products.

This method used in this research to examine the implementation of marketing communication is by dissecting the components of communication, namely Communicator, Media, Audience, Feedback and Effect and also the communication strategies used, namely Segmentation, Targeting and Positioning. This research method uses descriptive

qualitative methods by interviewing 3 key informants of the company and 2 informants of customers and vendors related to the object of this research.

The research results show that PT Realta Chakradarma implements the marketing communication approach for Trend Micro antivirus products as follows:

- 1. Conducting sales promotions to get very impactful results.*
- 2. Do direct marketing to get impactful results.*
- 3. Doing personal selling gets quite impactful results.*
- 4. Doing advertising to get results that are not too impactful.*
- 5. Carrying out activities in terms of public relations to very little impact*

Based on the results obtained, it can be concluded that by carrying out sales promotions you will get very impactful results, while carrying out activities in terms of public relations will get very impactless results.

Keywords: *Implementation, Marketing Communication, Sales, Antivirus, Trend Micro*

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa Puja dan Puji Syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan hikmat, rahmat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyusun sekaligus menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Implementasi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Antivirus Trend Micro Di PT Realta Chakradarma Periode 2021”. Penulisan dan Penyusunan skripsi ini dituntaskan untuk melengkapi syarat dan prasyarat dalam mendapatkan gelar S-1 fakultas Ilmu Komunikasi bidang studi Periklanan Dan Komunikasi Pemasaran, Universitas Mercubuana. Dalam penyusunan dan proses penulisan skripsi ini dapat tercapai berkat bantuan, dukungan dan bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung . Maka dari itu pada kesempatan kali ini peneliti ingin menyampaikan terima setulus – tulusnya kepada pihak – pihak yang telah membantu, menemani dengan setia dan berjuang sampai pada akhirnya penyusunan ini dapat terselesaikan, kepada pihak – pihak tersebut yaitu :

1. Dosen Pembimbing, Berlani Ardha, SE. M.Si. Terima kasih sebanyak – banyaknya atas bantuannya baik waktu dan perhatiannya dalam membimbing serta mengarahkan peneliti untuk menyusun skripsi ini
2. Dosen TA, Bapak Prasetyo, M.ikom Terima Kasih atas bantuan, saran, arahan dan bimbingannya.
3. Dosen PA, Ibu Yoyoh Hereyah, Dr. S.Pd, M.S.i Terima Kasih atas bantuan dan bimbingannya dari semester 1 dan semester 8
4. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana. Terima kasih atas dukungan dan arahan yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi terutama yang berkaitan dengan proses administrasi dan perijinan.

5. Dr. Irmulansati T, SH, M.Si. Selaku wakil Dekan Ilmu Komuniiasi Universitas Mercubuana. Terima kasih atas dukungan dan arahan yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi terutama yang berkaitan dengan proses administrasi dan perijinan
6. Dr. Farid Hamid, M.Si Ketua Program Studi S1-Ilmu Komuniiasi Universitas Mercubuana. Terima Kasih atas dukungan dan arahan yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi terutama yang berkaitan dengan proses administrasi dan perijinan
7. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc Sc. Ph. D Selaku sekprodi selaku Sekprodi 3 - Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang selalu sigap dalam membantu proses administrasi dan perijinan.
8. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom, selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan peneliti selama menyusun proposal skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
9. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
10. Kedua orang tua, ayahanda tercinta dan ibunda tersayang yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti - hentinya kepada peneliti
11. Bertha Tio Rida selaku kakak perempuan saya yang selalu support pembayaran perkuliahan saya dari semester 1 hingga saat ini
12. Bapak Haryanto Itang Ridoan selaku General Manager di PT Realta Chakradarma yang turut membantu peneliti dalam memperoleh informasi penunjang penelitian ini

13. Kevin selaku teman dekat yang selalu membantu, mendukung dan mengarahkan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan baik.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, serta jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti bersedia menerima kritik serta saran yang membangun dari semua pihak supaya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih kepada semua pihak.



Jakarta, 05 September 2023

(Happy Nathalia)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Live Cyber Threat Map.....	1
Gambar 1.2 Daftar Malware Berbahaya	2
Gambar 1.3 Pengguna Internet Di Indonesia	3
Gambar 1.4 Product – Product Antivirus Trend Micro	11
Gambar 2.1 Lingkup Pembahasan Komunikasi Terpadu	37
Gambar 2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	41
Gambar 2.3 Pendekatan Pada Penentuan Harga	48
Gambar 4.1 3 Pendiri PT Realta Chakradarma	69
Gambar 4.2 Logo PT Realta Chakradarma.....	70
Gambar 4.3 4 Dewan Direktur PT Realta Chakradarma	70
Gambar 4.4 Product – Product Software PT Realta Chakradarma	80
Gambar 4.5 Product – Product Hardware, License dan Antivirus di PT Realta Chakradarma	81
Gambar 4.6 Vendor – Vendor PT Realta Chakradarma	81
Gambar 4.7 Customer – Customer PT Realta Chakradarma	82-84
Gambar 4.8 Request Quote	100
Gambar 4.9 HargaAntivirus Trend Micro Security For Endpoint-Advaced Dari Vendor atau PT Virtus Indonesia (Agent Utama Trend Micro)	115
Gambar 4.10 Harga Antivirus Trend Micro Enterprise SecuritFor Endpoint ditempat lain	116

Gambar 4.11 TOP Digital Award 2021	122
Gambar 4.12 Perusahaan Raih Raksa Nugraha ICPA 2020	123
Gambar 4.13 Indonesian Businesses win 2019 SME100 Award.....	123
Gambar 4.14 Indonesia di ACIPTA Awards.....	124
Gambar 4.15 All Winner Indonesian Travel.....	125
Gambar 4.16 PT Realta Chakradarma Supporting Education at Sumba Hospitality Foundation	129
Gambar 4.17 Form Permohonan Pengajuan Rep	131
Gambar 4.18 Bukti Hasil penjualan divisi RNSI	133



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Antivirus – Antivirus Lokal Indonesia.....	7-10
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	18-25



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Sistem Komunikasi Pemasaran	29
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	79

