



**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL UMKM UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME SEWA ALAT-ALAT TEKNOLOGI INFORMASI**

Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Tekno Media Indonesia

Tahun 2022 - 2023

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun oleh:

TRI SUCI ANTIKA

NIM 44319110031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Suci Antika
NIM : 44319110031
Program Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital UMKM
untuk Meningkatkan Volume Sewa Alat-alat Teknologi
Informasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Tekno
Media Indonesia Tahun 2022-2023)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya 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. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 14 Oktober 2023



Tri Suci Antika

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tri Suci Antika
NIM : 44319110031
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital UMKM untuk Meningkatkan Volume Sewa Alat-alat Teknologi Informasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Tekno Media Indonesia Tahun 2022-2023)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Sarjana Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom (.....)
NIDN : 8834360018

Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, Ph. D (.....)
NIDN : 0324128202

Penguji Ahli : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si (.....)
NIDN : 0318116602

Jakarta, 16 Oktober 2023

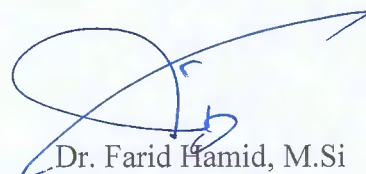
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Dr. Farid Hamid, M.Si

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Tri Suci Antika
NIM : 44319110031
Program Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital UMKM untuk Meningkatkan Volume Sewa Alat-alat Teknologi Informasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Tekno Media Indonesia Tahun 2022-2023)

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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Oktober 2023

Yang menyatakan,



Tri Suci Antika

ABSTRAK

Nama : Tri Suci Antika
NIM : 44319110031
Program Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital UMKM untuk Meningkatkan Volume Sewa Alat-alat Teknologi Informasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Tekno Media Indonesia Tahun 2022-2023)
Pembimbing : Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom

Pasca pandemi, banyak pelaku UMKM berupaya survive dengan meningkatkan penjualan produk dan layanan. Salah satunya PT Tekno Media Indonesia untuk meningkatkan volume sewa alat-alat teknologi informasi. Penelitian ini membahas implementasi komunikasi pemasaran digital pada PT Tekno Media Indonesia Tahun 2022-2023.

Konsep yang digunakan selain komunikasi pemasaran juga media komunikasi pemasaran dan SOSTAC. Paradigma yang digunakan konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Peneliti mengumpulkan data dari pemilik dan pengelola kanal pemasaran digital serta media sosial.

Hasil penelitian didapatkan temuan bahwa website merupakan bagian dari implementasi yang dilakukan oleh PT Tekno Media Indonesia dalam meningkatkan volume sewa pada tahun 2022-2023. Implementasi komunikasi pemasaran digital PT Tekno Media Indonesia dominan sesuai dengan tahapan SOSTAC namun tanpa ada penyusunan strategi yang terdokumentasi dan terukur. Oleh karena itu, selain perumusan strategi yang terukur, disarankan agar PT Tekno Media Indonesia memberikan informasi terbaru di kanal websiste dan mulai menggunakan media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

***Kata Kunci:* Implementasi, komunikasi pemasaran digital, UMKM, SOSTAC, website, media sosial**

ABSTARCT

Name : Tri Suci Antika
NIM : 44319110031
Study Program : Marketing Communication & Advertising
Title Thesis : Implementation of UMKM Digital Marketing Communication to Increase the Volume of Information Technology Equipment Rentals (Qualitative Descriptive Study at PT Tekno Media Indonesia in 2022-2023)
Counsellor : Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom

After the pandemic, UMKM are trying to survive by increasing product and service sales. One of them is PT Tekno Media Indonesia to increase the rental volume of information technology equipment. This research discusses the implementation of digital marketing communications at PT Tekno Media Indonesia in 2022-2023.

The concept used in addition to marketing communications is also marketing communications media and SOSTAC. The paradigm used is constructivism with a qualitative approach and descriptive methods. Researchers collected data from owners and managers of digital marketing channels and social media.

The results of the research found that the website is part of the implementation carried out by PT Tekno Media Indonesia in increasing rental volume in 2022-2023. The implementation of PT Tekno Media Indonesia's digital marketing communications is dominantly in accordance with the SOSTAC stages but without any documented and measurable strategy being developed. Therefore, apart from formulating measurable strategies, it is recommended that PT Tekno Media Indonesia provide the latest information on website channels and start using social media to reach wider consumers.

Keywords: Implementation, Digital Marketing Communication, UMKM, SOSTAC, website, social Media

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat mulai menyusun sampai menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini dengan judul “Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital UMKM untuk Meningkatkan Volume Sewa Alat-alat Teknologi Informasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Tekno Media Indonesia Tahun 2022). Penyusunan skripsi ini dituntaskan untuk melengkapi syarat dan prasyarat dalam meraih gelar S-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana, Jakarta. Penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan, dukungan, bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu, menemani dan berjuang bersama. Dengan bangga dan tulus peneliti ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, yaitu:

1. Dosen pembimbing, Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom terima kasih sebanyak-banyaknya atas bimbingannya baik waktu dan perhatiannya dalam mengarahkan peneliti untuk menyusun skripsi ini.
2. Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku ketua sidang yang senantiasa memberikan arahan dan masukan dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Penguji Ahli dan Dekan Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan arahan dan masukan dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Dr. Irmulansati T, SH, M.Si, selaku Wakil Dekan Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih atas dukungan dan arahan yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi terutama yang berkaitan dengan proses administrasi dan perijinan.
5. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1- Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih atas dukungan

dan arahan yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi terutama yang berkaitan dengan proses administrasi dan perijinan.

6. Kurniawan Prasetyo, M.Ikom, selaku Sekprodi 4 - Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, yang banyak memberikan saran dan arahan selama masa perkuliahan.
7. Dosen PA & Pengampu Mata Kuliah Tugas Akhir, Dewi S. Tanti, S.Sos, M.Si. Terima kasih banyak atas bantuan dan bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff, khususnya Program Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran - Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan membantu peneliti selama perkuliahan.
9. Mamaku, Bapaku, Mbaku, Adiku, dan Keluarga Besar yang memberikan doa dan dukungan, sehingga peneliti mampu dan berhasil menyelesaikan pendidikan S1 ini.
10. PT Tekno Media Indonesia, terutama untuk narasumber; Pak Andi, Pak Eman, Mba Elin, Mba Safitri, Kak Yolla, seluruh staf, serta pelanggan PT Tekno Media Indoensia (Ibu There dan Pak Ananda) yang turut membantu peneliti dalam memperoleh informasi penunjang penelitian ini.
11. Untuk Bunga, Zahra, dan teman-temanku yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan energi positif nya agar peneliti terus bersemangat dalam menyusun skripsi.
12. Teman-teman seperjuangan dari Semester 1; Jasmine, Kamila, Luki, Jose, Stefano, Ade, Sigit, Devka, dan Hakim. Terima kasih untuk dukungan dan semangat yang diberikan satu sama lain selama perkuliahan ini.
13. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

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, 14 Oktober 2023



Tri Suci Antika



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTARCT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	22
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital	24
2.2.3 Pesan Komunikasi Pemasaran Digital	25
2.2.4 Media Komunikasi Pemasaran Digital	28
2.2.5 Website dan Search Engine Optimization (SEO)	31
2.2.6 Media Sosial	37
2.2.7 Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	45

3.3 Subjek Penelitian	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Data Primer	49
3.4.2 Data Sekunder	50
3.5 Teknik Analisis Data	51
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Analisis Situasi	59
4.2.2 Tujuan	63
4.2.3 Strategi	65
4.2.4 Taktik	70
4.2.5 Tindakan	73
4.2.6 Kontrol	80
4.3 Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	111
5.2.1 Saran Akademis	111
5.2.2 Saran Praktis	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Volume Sewa PT Tekno Media Indonesia.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Daftar Informan Penelitian.....	46
Tabel 4. 1 Keyword Website.....	75
Tabel 4. 2 Tahapan Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital PT Tekno Media.....	87
Tabel 4. 3 Data Perbandingan Volume Sewa PT Tekno Media Indonesia.....	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Website PT Tekno Media Indonesia	9
Gambar 1. 2 Akun media social Facebook PT Tekno Media Indonesia	11
Gambar 1. 3 Akun media sosial Instagram PT Tekno Media Indonesia	11
Gambar 4. 1 Services & Solutions PT Tekno Media Indonesia	58
Gambar 4. 2 Produk yang disediakan PT Tekno Media Indonesia	58
Gambar 4. 3 Produk PT Tekno Media Indonesia	71
Gambar 4. 4 Services PT Tekno Media Indonesia	72
Gambar 4. 5 Promo PT Tekno Media Indonesia	74
Gambar 4. 6 Website PT Tekno Media Indonesia	98



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.1 SURAT IZIN PENELITIAN	117
LAMPIRAN 1.2 SURAT IZIN WAWANCARA	118
LAMPIRAN 1.3 SURAT SELESAI PENELITIAN	119
LAMPIRAN 1.4 PEDOMAN WAWANCARA	120
LAMPIRAN 1.5 TRANSKRIP WAWANCARA	128
LAMPIRAN 1.6 DOKUMENTASI WAWANCARA	141
LAMPIRAN 1.7 CURRICULUM VITAE	142



UNIVERSITAS
MERCU BUANA