

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PT.
ASTRA GRAPHIA TBK**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

GLORIA RECNI YOLANDA SIBARANI

160906145

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PT. ASTRA GRAPHIA TBK

SKRIPSI

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

disusun oleh :

GLORIA RECNI YOLANDA SIBARANI

160906145

disetujui oleh :



Ike Devi Sulistyningtyas, M.Si

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

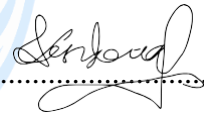
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Astra Graphia Tbk
Penyusun : Gloria Recni Yolanda Sibarani
NPM : 160906145

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada
Hari / Tanggal : Kamis / 15 Juli 2021
Pukul : 10.00
Tempat : Zoom video conference

TIM PENGUJI

Desideria C.W. Murti, S.Sos., M.A., Ph.D.

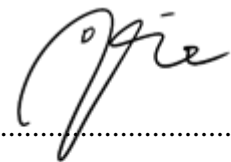
Penguji Utama



.....

Ike Devi Sulstyaningtyas, M.Si

Penguji I



.....

Dr. Phil. Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A.

Penguji II



.....

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gloria Recni Yolanda Sibarani

NPM : 160906145

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Astra Graphia Tbk

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 30 Juni 2021

Saya yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 5000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '01A6FAJX294507982'.

Gloria Recni Yolanda Sibarani

KATA PENGANTAR

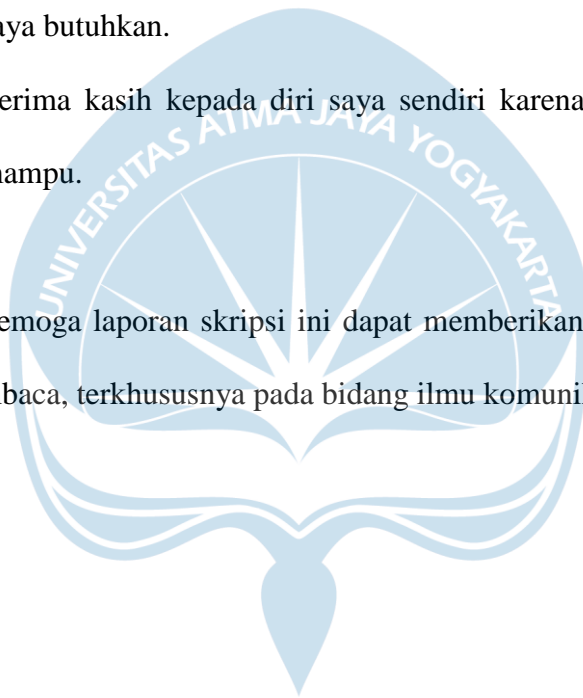
Puji syukur kepada Allah Bapa Yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Astra Graphia Tbk”. Peneliti menyadari bahwa dalam proses menyelesaikan skripsi ini, peneliti mengalami berbagai kendala, namun dengan dukungan, bimbingan, dan kepercayaan dari berbagai pihak, peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Bersama ini dengan penuh kerendahan hati terima kasih peneliti persembahkan kepada mereka.

1. Ike Devi Sulistyaningtyas, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang memberikan saya kebebasan serta kepercayaan penuh dalam memilih topik skripsi dan juga bimbingan yang telah menyertai saya selama proses penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, Ir. Thony Panahatan Sibarani dan Repince Mariani Simanjuntak S.Pd atas doa dan juga dukungan yang tak henti-hentinya diberikan kepada saya agar saya tetap semangat dan kuat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua saudara saya David Rolando dan Calvin Nicxon yang memberikan saya dukungan dan memenuhi kebutuhan saya selama menyelesaikan skripsi ini agar saya tetap semangat.
4. Teman-teman baik saya yang tidak pernah lelah memberikan saya hiburan dan mendengarkan segala keluh kesah saya semasa kuliah hingga saat ini. Tanpa kalian, mungkin tidak banyak warna di dunia perkuliahan saya. Terima kasih Eyleen Yerada, Irabella Thiovani, Anna Agval, Angelica

Destini, Rayu Gulshan, Yolanda Tiodora, Tessa Priscilla, Putri Swastika, Gatot, Leo Simanjuntak, Yudhistira Danarta, Febrian Perda, dan David Christian.

5. Terima kasih kepada Ibu Fitri Yuliani dan Ibu Indriyani Trisnowiyanti selaku narasumber saya yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai dan juga membantu saya memenuhi segala informasi yang saya butuhkan.
6. Terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah percaya bahwa saya mampu.

Semoga laporan skripsi ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi pembaca, terkhususnya pada bidang ilmu komunikasi.



Pangkalan Kerinci, 30 Juni 2021

Gloria Recni

GLORIA RECNI YOLANDA SIBARANI

160906145/KOM

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PT. ASTRA GRAPHIA
TBK**

ABSTRAK

Kegiatan usaha spesialisasi bidang grafika di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Hal ini menimbulkan terjadinya persaingan yang tajam baik antar pelaku usaha bisnis percetakan maupun penyedia median percetakan dan layanan perkantoran. PT. Astra Graphia Tbk adalah perusahaan multinasional yang bergerak dalam bidang penyediaan mesin percetakan dan layanan solusi dokumen dengan merek Fuji Xerox. Astra Graphia memiliki dua segmen usaha yang saling melengkapi satu dengan lainnya, yaitu Solusi Dokumen dan Solusi Teknologi Informasi & Komunikasi. Di tengah persaingan yang ketat, Astra Graphia mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu perusahaan yang konsisten menduduki posisi tiga besar penjualan nasional. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana perusahaan merancang strategi komunikasi pemasaran dalam memasarkan produknya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan dokumentasi internal, media sosial, dan *website*. Wawancara dilakukan sebanyak dua kali untuk memperoleh data yang lebih lengkap dan mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim *marketing communication* Astra Graphia merancang strategi komunikasi pemasaran terpadu melalui delapan tahap. Tahap ini diawali dari mempelajari target pasar, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, menetapkan media, menentukan anggaran, menetapkan *timeline*, implementasi, dan evaluasi. Astra Graphia tidak memanfaatkan seluruh elemen bauran promosi, melainkan hanya mengutamakan media yang memiliki keterlibatan audiens yang tinggi. Data penelitian juga menunjukkan bahwa tim *marketing communication* Astra Graphia banyak menggunakan identitas perusahaan sebagai pesan utama komunikasi pemasaran. Astra Graphia mengemas pesan dengan konsep *solution approach*. Adapun strategi media yang dilakukan adalah lebih banyak menggunakan media *Below The Line* (BTL).

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Strategi Komunikasi Pemasaran, Astra Graphia

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Akademis	8
2. Manfaat Praktis	8
E. Kerangka Teori	8
1. Komunikasi Pemasaran.....	9
2. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	21
F. Kerangka Konsep.....	30
G. Metodologi Penelitian	34
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Metode Penelitian	35
3. Subjek Penelitian	35
4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
5. Teknik Analisis Data.....	37
6. Teknik Keabsahan Data	38
BAB II.....	40
DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN.....	40
A. Profil PT. Astra Graphia Tbk.....	40

B. Visi dan Misi PT. Astra Graphia Tbk	41
C. Struktur Organisasi Perusahaan	41
D. Fuji Xerox	43
E. Logo PT. Astra Graphia Tbk.....	44
BAB III	46
PEMBAHASAN.....	46
A. Temuan Data.....	46
1. Mempelajari dan Memperhatikan Target Pasar PT. Astra Graphia Tbk.....	46
2. Menetapkan tujuan komunikasi	62
3. Merancang Pesan	65
4. Menentukan Media Komunikasi	67
5. Menetapkan Anggaran Promosi.....	74
6. Membuat Timeline Kegiatan Promosi	76
7. Implementasi Program Promosi.....	76
8. Evaluasi Promosi	94
B. Analisis Data.....	98
1. Identifikasi Target Pasar	99
2. Pengembangan Program Komunikasi Pemasaran Terpadu	109
3. Evaluasi Promosi	120
BAB IV	122
PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran	124
1. Saran Akademis	124
2. Saran Praktis	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN 1.....	131
PEDOMAN WAWANCARA.....	131
LAMPIRAN 2.....	132
TRANSKRIP WAWANCARA	132

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Elemen Komunikasi Pemasaran.....	11
Bagan 2 Struktur Organisasi Divisi Planning & Marketing PT. Astra Graphia Tbk	41
Bagan 3 Proses Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Astra Graphia Tbk	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo PT. Astra Graphia Tbk	44
Gambar 2. Tampilan <i>Website</i> Astra Graphia.....	78
Gambar 3. Fitur <i>Live Chat</i>	79
Gambar 4. Fitur Testimoni	80
Gambar 5. Fitur <i>Filter Product</i>	80
Gambar 6. Tampilan Instagram Astra Graphia	82
Gambar 7. Tampilan Twitter Astra Graphia.....	82
Gambar 8. Postingan Instagram Astra Graphia.....	83
Gambar 9. Postingan Instagram Astra Graphia.....	83
Gambar 10. Tampilan <i>Story Question and Answer</i>	84
Gambar 11. Tampilan <i>Story Question and Answer</i>	84
Gambar 12. Tampilan Youtube Astra Graphia.....	85
Gambar 13. Unggahan <i>Video Production Solution Youtube Astra Graphia</i>	86
Gambar 14. Publikasi di Koran Republika.....	87
Gambar 15. <i>Press Conference Launching</i> Produk Fuji Xerox Versant 3100i Press.....	87
Gambar 16. <i>Workshop Beyond Imagination</i>	89
Gambar 17. Ngobrol Masal <i>Beyond Imagination</i>	89
Gambar 18. Pameran <i>Beyond Imagination</i>	89
Gambar 19. Webinar <i>Smart Business Printing</i>	90
Gambar 20. Webinar <i>Smart Business Printing</i>	90
Gambar 21. <i>Creative Artwork</i> FUJIFILM Business Innovation	91
Gambar 22. <i>Creative Artwork</i> KligMe	92