

**ADAPTASI MEDIA PROMOSI PERCETAKAN
@MCLPRINT SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI
DALAM MENYIKAPI PEMBATASAN SELAMA
MASA PANDEMI COVID-19 2020-2021**



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

Oleh:

SAMUEL PUTRA WICAKSANA

15 09 05835 / KOM

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

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Samuel Putra Wicaksana

NPM : 15 09 05835

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : ADAPTASI MEDIA PROMOSI PERCETAKAN @MCLPRINT SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI DALAM MENYIKAPI PEMBATAAN SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 2020-2021

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, 19 Juli 2022

Saya yang menyatakan,



Samuel Putra Wicaksana

HALAMAN PERSETUJUAN

**ADAPTASI MEDIA PROMOSI PERCETAKAN @MCLPRINT SEBAGAI
SALURAN KOMUNIKASI DALAM MENYIKAPI PEMBATASAN
SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 2020-2021**

SKRIPSI

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

disusun oleh :

SAMUEL PUTRA WICAKSANA

15 09 05835 / KOM

disetujui oleh :



Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A

Dosen Pembimbing

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

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ADAPTASI MEDIA PROMOSI PERCETAKAN @MCLPRINT
SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI DALAM MENYIKAPI
PEMBATASAN SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 2020-
2021

Penyusun : Samuel Putra Wicaksana

NPM : 15 09 05835

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari / Tanggal : Jumat, 1 Juli 2022

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. G. Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg.Comm.

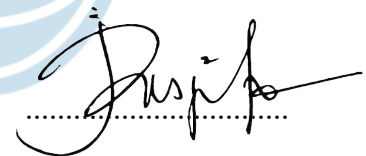
Penguji Utama



.....

Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A.

Penguji I



.....

Ranggabumi Nuswanto, M.A.

Penguji II



.....



.....

Ranggabumi Nuswanto, M.A.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada...

*Tuhan Yesus Kristus
untuk segalanya*

*Orang tua dan kakak
yang telah terlampau sabar dan memberikan kekayaan rohani dan duniawi
untuk memenuhi kebutuhan saya*

*Keluarga Besar
atas dukungannya dan dorongan yang tak pernah berhenti
sehingga saya tidak menyerah*

*Teman-teman
maaf saya sering timbul tenggelam,
namun kalian telah membuat hidup saya berarti*

*Univesitas Atma Jaya Yogyakarta
yang sudi menerima saya menjadi mahasiswa
dan membagikan ilmu sebagai bekal masa depan saya*

*Apapun juga yang kamu perbuat,
perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan
dan bukan untuk manusia.*

Kolose 3:23 (TB)

KATA PENGANTAR

Salam sejahtera

Puji Syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus karena telah mengizinkan saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Atas perkenanNya juga penulis masih dapat menikmati hidup dengan rahmat yang baru setiap hari.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini juga dapat diselesaikan akibat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung kelancaran skripsi ini, walaupun dengan segala tantangan internal dan eksternal yang penulis telah hadapi. Segala doa saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus agar pihak-pihak yang telah mendukung penulis dapat terus berada dalam lindungan dan rahmatNya, serta segala yang mereka lakukan dapat berhasil dan berkenan di mataNya. Ucapan terima kasih saya berikan kepada:

- Tuhan Yesus Kristus yang telah mengiring penulis dan memberikan ilham ilahi sepanjang penulisan skripsi ini. Di kala sulit, penulis menyerahkan kegundahan kepadaNya dan tak pernah sekalipun Ia meninggalkan penulis.
- Orang tua dan kakak yang walau tidak pernah lelah mengingatkan hingga penulis bosan, namun segala nasihat dan dorongannya tidak pernah sia-sia. Penulis bersyukur untuk setiap kekayaan rohani dan duniawi yang mendukung kehidupan penulis hingga sampai titik ini.
- Ibu Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A. yang telah membantu penulis dalam memberikan bimbingan serta saran penulisan skripsi. Kesabaran beliau adalah hal yang selalu penulis apresiasi, apalagi dalam menghadapi segala kekurangan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Para dosen penguji yang telah memberikan masukan dan gagasan yang luar biasa dalam sidang akhir. Saya menyadari banyak kekurangan dalam skripsi ini namun dosen penguji tidak segan untuk memberikan catatan-catatan yang berguna untuk perbaikan penulisan skripsi ini.
- Seluruh staf dan dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu-ilmu untuk bekal masa

depan saya. Saya juga bangga menjadi mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

- Pihak @mclprint yang dengan murah hati menerima tawaran penulis sebagai tempat penelitian dan menjadi narasumber penelitian. Tanpa data-data dan informasi yang telah diberikan, skripsi ini menjadi sangat hampa.
- Teman-teman, sanak saudara yang telah mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini dalam hal motivasi dan saran.

Akhir kata, saya berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Tidak lupa saya memohon maaf untuk segala kekurangan dalam penulisan ini, kiranya segala saran dapat menjadi kritik yang membangun bagi penulis untuk penulisan di masa yang akan datang.

Semarang, 19 Juli 2022

Tertanda,

Penulis

ADAPTASI MEDIA PROMOSI PERCETAKAN @MCLPRINT SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI DALAM MENYIKAPI PEMBATASAN SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 2020-2021

ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah satu fungsi organisasi dan usaha perusahaan dalam menciptakan serta menyampaikan nilai-nilai perusahaan kepada target konsumen. Dalam proses promosi, perusahaan membutuhkan saluran untuk menyampaikan nilai dan informasi kepada konsumen. Sehingga, komunikasi pemasaran merupakan aspek penting kesuksesan dalam keseluruhan misi pemasaran dan penentu suksesnya pemasaran. Percetakan @mclprint merupakan perusahaan yang menawarkan jasa percetakan digital dan *offset* yang terletak di Yogyakarta. Percetakan tersebut terletak di lokasi yang tidak strategis namun memiliki divisi khusus yang menangani aktivitas pemasaran, khususnya rancangan unggahan media sosial dengan target konsumen kalangan ritel dan perusahaan yang mencetak dalam jumlah besar sebagai sarana promosi mereka. Sehingga, pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan usaha @mclprint untuk mengkomunikasikan nilai dan informasi kepada konsumennya.

Pemerintah memberlakukan pembatasan kegiatan selama masa pandemi COVID-19 yang mengakibatkan terjadinya perubahan pola perilaku dalam masyarakat dan @mclprint harus beradaptasi agar aktivitas pemasarannya dapat terus berlangsung. Dengan menggunakan teori pemasaran bersama bauran promosi dan komunikasi pemasaran, peneliti mengidentifikasi dan menganalisis adaptasi saluran komunikasi yang mereka dan apakah terjadi perubahan aktivitas promosi dalam menyikapi pembatasan selama masa pandemi COVID-19. Hasilnya didapatkan bahwa @mclprint tidak banyak mengubah aktivitas pemasarannya karena ada beberapa aktivitas promosi yang memang telah menggunakan media berbasis daring, sedangkan ada juga aktivitas promosi yang membutuhkan adaptasi saluran komunikasi menjadi berbasis daring. Selain itu juga, didapatkan bahwa terdapat perubahan konten unggahan media sosial dan target konsumen jika dibandingkan dengan masa sebelum dan selama masa pandemi COVID-19 berlangsung. Perubahan tersebut terjadi akibat target konsumen yang berubah yaitu dari ritel dan perusahaan menjadi UMKM. Dapat disimpulkan bahwa @mclprint melakukan adaptasi pemasaran mereka dalam menyikapi pembatasan yang terjadi selama masa pandemi COVID-19 baik dalam hal saluran komunikasi juga dalam hal target konsumen dan sifat konten promosi.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, pandemi COVID-19, pemasaran, promosi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Kerangka Teori.....	6
1. Pemasaran	6
2. Promosi.....	8
3. Komunikasi Pemasaran.....	10
F. Kerangka Berpikir.....	14
G. Metodologi Penelitian	15
1. Jenis Penelitian	15
2. Metode Penelitian	15
3. Lokasi Penelitian.....	16
4. Teknik Pengumpulan Data.....	16
5. Objek Penelitian.....	17
6. Subjek Penelitian	17
7. Data Penelitian.....	17
8. Teknik Analisis Data	18

BAB II DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	20
A. Perusahaan @mclprint.....	20
1. Sejarah Perusahaan @mclprint.....	20
2. Produk dan Layanan Jasa.....	22
3. Struktur Organisasi	27
4. Aktivitas Pemasaran @mclprint Sebelum Pandemi	28
B. Deskripsi Narasumber	29
BAB III PEMBAHASAN	31
A. Temuan Data	31
B. Analisis Data	54
BAB IV PENUTUP	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1: Percetakan @mclprint	21
GAMBAR 2: Bagian depan toko @mclprint.....	22
GAMBAR 3: Mesin Offset Heidelberg SM52 untuk memenuhi kebutuhan konsumen volume tinggi.....	24
GAMBAR 4: <i>Display</i> contoh produk yang dihasilkan @mclprint.....	26
GAMBAR 5: Halaman Instagram @mclprint	34
GAMBAR 6: Halaman TikTok @mclprint	34
GAMBAR 7: Publikasi perusahaan terkait perubahan jam operasional perusahaan akibat pandemi COVID-19 melalui akun media sosial Instagram @mclprint.	35
GAMBAR 8: Kegiatan perusahaan yang dipublikasikan di Instagram dalam menghadapi masa pandemi	35
GAMBAR 9: Publikasi @mclprint mengenai perubahan layanan dan fasilitas selama pandemi 2020.....	36
GAMBAR 10: Publikasi perubahan alur order selama pandemi dan PPKM pada tahun 2020.....	36
GAMBAR 11: Publikasi penyuluhan terkait edukasi virus COVID-19 dan penyebarannya kepada para karyawan pada tahun 2020	37
GAMBAR 12: Publikasi aktivitas sosial perusahaan berupa pemberian hand sanitizer kepada salah satu rumah sakit di Yogyakarta pada tahun 2020	37
GAMBAR 13: Publikasi aktivitas sosial perusahaan berupa pembagian hand sanitizer kepada para ojek online pada tahun 2020.....	38
GAMBAR 14: Promo cetak produk Pouch & Sachet @mclprint tahun 2021.....	40
GAMBAR 15: Promo Gratis Sticker @mclprint tahun 2021	41
GAMBAR 16: Desain promo pouch & sachet @mclprint tahun 2021	42
GAMBAR 17: Paket promo kemasan murah @mclprint tahun 2021	42
GAMBAR 18: Desain Promo Cetak Kemasan Ekonomis @mclprint tahun 2021.....	43
GAMBAR 19: Promo cetak sertifikat vaksin @mclprint tahun 2021	43
GAMBAR 20: Promo order gratis hand sanitizer @mclprint tahun 2020.....	44
GAMBAR 21: Promo rilis produk baru dengan potongan harga @mclprint tahun 2020.....	44

GAMBAR 22: Testimoni pelanggan yang diunggah di akun Instagram.....	47
GAMBAR 23: Review dan rating @mclprint di Gmaps	48
GAMBAR 24: Brosur produk edisi UMKM @mclprint tahun 2020	50
GAMBAR 25: Brosur produk @mclprint edisi Hotel tahun 2020	51
GAMBAR 26: Brosur produk @mclprint edisi Lebaran tahun 2021	52
GAMBAR 27: Unggahan Instagram @mclprint pada tanggal 23 Mei 2019.....	53
GAMBAR 28: Publikasi Instagram @mclprint pada tanggal 6 Agustus 2021	53

DAFTAR BAGAN

BAGAN 1: Bauran Pemasaran 4P McCarty	8
BAGAN 2: Model Komunikasi Interaksional Wilbur Schramm.....	11
BAGAN 3: Kerangka berpikir penelitian	14
BAGAN 4: Struktur Organisasi @mclprint.....	27

DAFTAR TABEL

TABEL 1: Perbandingan saluran promosi sebelum dan selama pandemi COVID-19.....	55
--	----