

**Aktivitas Komunikasi Pemasaran UMKM Milykita dalam Meningkatkan
Penjualan Masker Pasca Pandemi**



SKRIPSI

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

Oleh:

NOVIANA THETERIANTI IRE

170906442 / Kom

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**Aktivitas Komunikasi Pemasaran UMKM Milykita dalam Meningkatkan
Penjualan Masker Pasca Pandemi**

SKRIPSI

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

disusun oleh:

Noviana Theterianti Ire

170906442

disetujui oleh:



Olivia Lewi Pramesti, S.Sos, M.A.

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Aktivitas Komunikasi Pemasaran UMKM Milykita dalam Meningkatkan Penjualan Masker Pasca Pandemi**

Penyusun : **Noviana Theterianti Ire**

NPM : **17090442**

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : **Kamis, 30 November 2023**

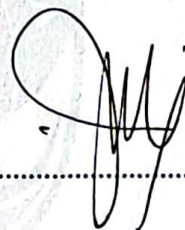
Pukul : **13.00 WIB**

Tempat : **Ruang Ujian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

TIM PENGUJI

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji Utama



.....

Olivia Lewi Pramesti, S.Sos, M.A.

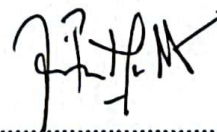
Penguji I



.....

R. A. Vita N.P.A., S.Pd., M.Hum., Ph.D.

Penguji II



.....



Irene Santika Vidiadari, S.Sos., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noviana Theterianti Ire
NPM : 170906442
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran UMKM Milykita dalam Meningkatkan Penjualan Masker Pasca Pandemi

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, 10 November 2023

Saya yang menyatakan,



Noviana Theterianti Ire

NOVIANA THETERIANTI IRE

17 090 6442/KOM

AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM MILYKITA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MASKER PASCA PANDEMI

ABSTRAK

Masker merupakan salah satu alat perlindungan diri yang dibuat untuk melindungi penggunaannya dari partikel udara dan melindungi kesehatan saluran pernafasan. Penggunaan masker membantu mengurangi penularan COVID-19 pada manusia dengan mencegah adanya penyebaran yang dapat menyebabkan infeksi dari orang yang terinfeksi ke orang lain yang memiliki kemungkinan terjadinya kontaminasi. Salah satu UMKM yang pada awalnya bergerak dalam bidang percetakan, beralih menjadi pelaku usaha yang menjual masker. Salah satu UMKM yang menjual masker adalah UMKM Milykita. Milykita merupakan UMKM yang sejak pandemi hingga pasca pandemi masih tetap bertahan. Milykita pada waktu pandemi merupakan pelopor penjual masker di Yogyakarta dan juga merupakan toko masker offline pertama yang ada di wilayah Babarsari. Aktivitas komunikasi pemasaran utama perusahaan adalah bauran promosi (*promotion mix*). Elemen promosi bauran pemasaran perusahaan mencakup semua kegiatan, materi, dan media yang relevan digunakan oleh produsen atau pemasar untuk memberikan informasi dan mengingatkan calon konsumen tentang penawaran produk tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas komunikasi pemasaran UMKM Milykita dalam meningkatkan penjualan masker pasca pandemi. Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis deskriptif kualitatif, yaitu Teknik yang menggambarkan, memaparkan dan menginterpretasikan objek yang diteliti dengan sistematis sehingga peneliti dapat mengetahui bagaimana aktivitas komunikasi pemasaran melalui observasi dan wawancara mendalam dengan informan. Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Milykita yaitu dengan Iklan (*advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Hubungan masyarakat (*public relations*), Penjualan perorangan (*personal selling*), dan Pemasaran langsung (*direct marketing*). Aktivitas ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan masker UMKM Milykita pasca pandemi.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, UMKM Milykita, Masker, Pasca Pandemi Peningkatan Penjualan.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Setelah hampir 7 tahun lamanya, akhirnya penulis berada di masa-masa terakhir perkuliahan yang ditutup dengan menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Aktivitas Komunikasi Pemasaran UMKM Milykita dalam Meningkatkan Penjualan Masker Pasca Pandemi”. Banyak proses jatuh dan bangun yang penulis alami di masa perkuliahan dan pengerjaan tugas akhir ini. Puji Tuhan berkat kasih, kemurahan, kebaikan serta penyertaan Tuhan Yesus Kristus yang selalu senantiasa hadir akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Ora et Labora. Di semua proses jatuh dan bangun yang dilalui oleh penulis, ada orang-orang yang selalui setia menemani penulis. Hingga saat ini penulis merasa sangat bersyukur atas kehadiran mereka, terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus untuk segala berkat dan penyertaan-Nya kepada penulis dalam melewati setiap proses yang dilalui oleh penulis.
2. Diri Sendiri. Walaupun semuanya terasa sangat berat, terimakasih karna memilih untuk tidak menyerah dan tetap kuat dan bertahan hingga detik ini.
3. Bapak & Mamak yang telah dengan tulus mendoakan dan memberikan dukungan baik secara emosional maupun materi kepada peneliti. Mereka adalah alasan penulis untuk tetap bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Abang Angga dan Adek Iwo yang telah mendukung penulis dan selalu mendoakan penulis untuk bisa terus bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Olivia Lewi selaku dosen pembimbing skripsi yang selama prosesnya telah memberikan saran, dukungan, serta kesabaran dalam membimbing penulis dari awal penulisan proposal hingga terselesaikannya skripsi ini.

6. Ronaldo Octabertus yaitu kekasih hati yang selalu berada di sisi penulis, saling mendoakan, memberikan semangat dan selalu memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi.
7. Keluarga Ngabang yaitu Mama Cecek, Papa Ray, Kak Ica, Kak Udat, dan Kak Lala yang tak henti-hentinya mendoakan dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi.
8. Sahabatku Agnes Gratia yang sudah hadir dan memberikanku semangat untuk menyelesaikan skripsi agar dapat mewujudkan mimpi bersama.
9. Teman-teman Kontrakan Dara (Geby, Winda, Butet, Agnes) terimakasih atas dukungan yang sudah kalian berikan baik doa dan penyemangat bagi penulis.
10. Tim Milykita dan terkhususnya Ibu Okta yang selalu memberikan support kepada penulis dan selalu meyakinkan penulis bahwa penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih Mily's team.

Yogyakarta, 10 November 2023

Penulis

Noviana Theterianti Ire

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kasih karunia dan RahmatNya, tugas akhir skripsi yang berjudul “Aktivitas Komunikasi Pemasaran UMKM Milykita dalam Meningkatkan Penjualan Masker Pasca Pandemi” ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Tugas akhir skripsi ini ditulis dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang berperan penting dalam penyusunan skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan didalamnya. Hingga penulis menerima dengan senang hati segala bentuk kritik dan saran yang membangun guna untuk penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap tulisan tugas akhir skripsi ini dapat berguna serta bermanfaat bagi banyak orang dan memberikan wawasan bagi para pembaca.

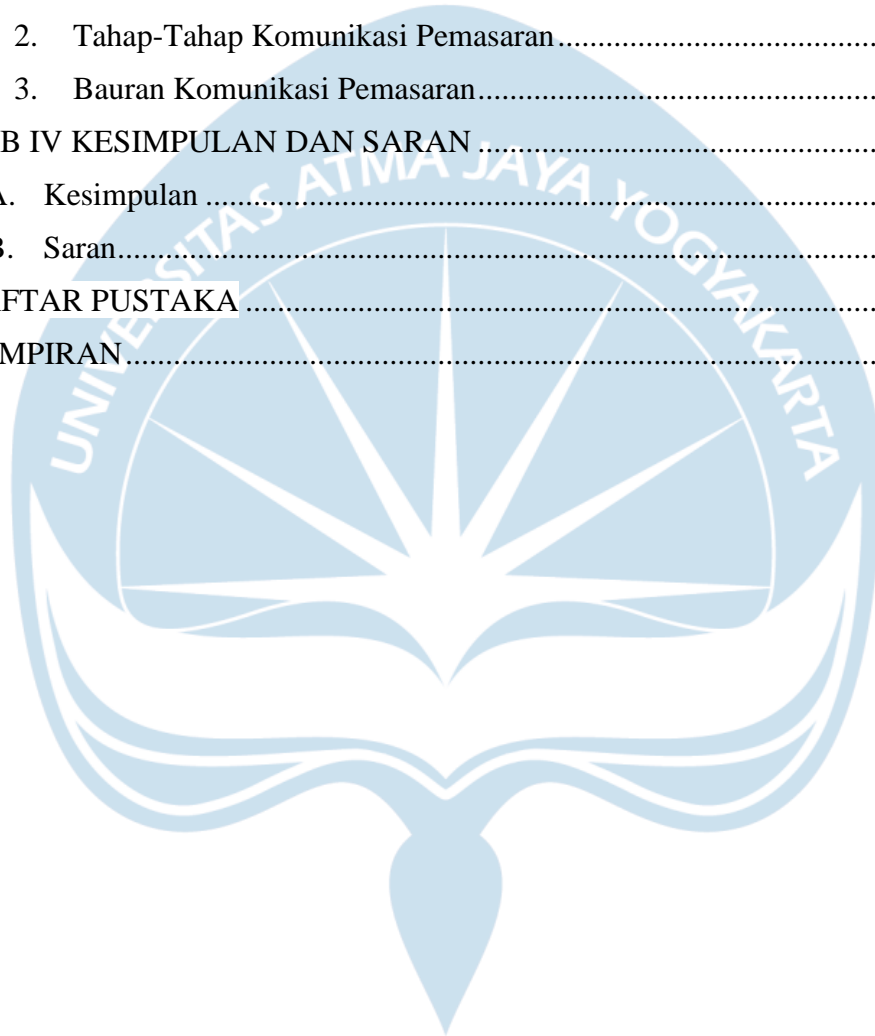
Yogyakarta, 10 November 2023

Noviana Theterianti Ire

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Akademis	11
2. Manfaat Praktis.....	11
E. Kerangka Teori.....	12
1. Komunikasi Pemasaran.....	12
2. Aktivitas Komunikasi Pemasaran	13
F. Kerangka Berpikir.....	21
G. Metodologi Penelitian	22
H. Subjek dan Objek Penelitian	22
BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN.....	28
A. Objek Penelitian	28
A. Informasi Narasumber.....	36
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Temuan Data	37

1. Elemen-Elemen Komunikasi Pemasaran	37
2. Tahap-Tahap Aktivitas Komunikasi Pemasaran	43
3. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	46
B. Analisis Data	52
1. Aktivitas Komunikasi Pemasaran	52
2. Tahap-Tahap Komunikasi Pemasaran.....	55
3. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	57
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Milykita.....	30
Gambar 2.2 Shopee Milykita	32
Gambar 2.3 Tokopedia Milykita.....	33
Gambar 2.4 Stuktur Organisasi.....	33
Gambar 2.5 Instagram Milykita.....	33
Gambar 2.6 Tiktok Milykita	35
Gambar 2.7 Telegram Milykita.....	35
Gambar 3.1 Akun Instagram Milykita.....	58
Gambar 3.2 Status Whatsapp Milykita	59
Gambar 3.3 Telegram Milykita.....	35
Gambar 3.4 Akun Tiktok Milykita.....	58
Gambar 3.5 Promo Pembelian Masker	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara.....	71
Lampiran 2. Transkrip Wawancara I	75
Lampiran 3. Transkrip Wawancara II	88

