

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU**  
**(INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION)**  
**SERVISKITA DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***  
**SKRIPSI**



**OLEH :**

**DINA RACHMAWATI**

**20043010007**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**SURABAYA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*) SERVISKITA DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

Disusun Oleh :

Dina Rachmawati  
NPM. 20043010007

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

**PEMBIMBING**

Dian Hutami R., S. Ikom., M.Med.Kom  
NPT. 21219940920325

Mengetahui,

**DEKAN FISIP**



Dr. Catur Suratnoaji, M. Si  
NIP. 196804182021211006


**LEMBAR PENGESAHAN**  
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (*INTEGRATED***  
***MARKETING COMMUNICATION*) SERVISKITA DALAM MEMBANGUN**  
***BRAND AWARENESS***

Disusun Oleh :


Dina Rachmawati  
NPM. 20043010007

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada tanggal 28 Mei 2024


PEMBIMBING

  
Dian Hutami R., S. Ikom., M.Med.Kom  
NPT. 21219940920325


Tim Penguji,  
Ketua

  
Dra. Diana Amalia, M.Si  
NIP. 196309071991032001

Sekretaris

  
Heidy Arviani, S. Sos, M.A  
NIP. 1985110720180320001

Anggota

  
Dian Hutami R., S. Ikom., M.Med.Kom  
NPT : 21219940920325

Mengetahui,  
DEKAN FISIP

  
Dr. Catur Suratnoaji, M. Si  
NIP. 196804182021211006



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala karunia dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Serviskita dalam Membangun Brand Awareness”* ini dengan lancar. Sholawat serta salam juga semoga selalu terpanjatkan bagi Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat.

Skripsi ini menjadi salah satu syarat kelulusan yang harus penulis selesaikan dalam program SI Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan karya tulis ini tidak bisa terselesaikan tanpa dukungan dan doa dari beberapa pihak yang akan penulis tuliskan dibawah ini. Melalui dukungan, bimbingan, dan bantuan baik berupa material dan spiritual beberapa pihak dibawah ini, penulis menyadari akan tidak mudah menyelesaikan karya tulis ini. Oleh karena itu, ucapan terima kasih ingin penulis sampaikan dikesempatan kali ini yaitu kepada :

1. Ibu Dian Hutami Rahmawati, S. Ikom, M. Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang senantiasa memberikan waktu, saran, motivasi, nasehat, dorongan, dan mengingatkan penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Diana Amalia, M. Si dan Heidy Arviany, S. Sos., M. A selaku dosen penguji ujian lisan skripsi.
3. Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur.

4. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M. Med. Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur.
5. Kedua orang tua saya tercinta yaitu Bapak Darianto dan Mommi Bibit Sukesti yang telah memberikan saya dukungan moril dan materiil sehingga skripsi ini bisa saya selesaikan dengan baik dan tepat waktu. Terimakasih atas doa, perhatian, dan kasih sayang yang telah diberikan. Gelar Sarjan ini akan saya berikan untuk kalian, pak, mom!
6. Saudara, kakak, sahabat terbaik, rekan kerja, teman kampus, teman seperjuangan untuk lulus S. Ikom, yaitu Dorina Athalia Palupi Pah. Makasih sudah mau berjuang bersama, saling memberi nasihat dan saran, saling menyemangati, saling mendengarkan, saling bertukar cerita, dan saling mendukung selama proses menyelesaikan skripsi ini dari awal seminar proposal, ujian lisan, yudisium, sampai dititik akhir ini. Terimakasih karena mbak Nina telah hadir disaat semester-semester akhir ini, jadi bikin hari-hari di semester akhirku nggak kosong dan nggak semakin pusing karena tuntutan skripsi.
7. Teman terbaik saya yaitu Hesti Sita Komala. Terimakasih sudah selalu mendukung. Terimakasih juga selalu mengingatkan, memberikan saran dan masukan, memberikan dukungan, memberikan dorongan, dan meyakinkan kalau semua ini pasti bisa selesai dan terlewati dengan baik.  
*I Did it, mbak Sit! #AkhirnyaDinaSIkom*
8. Teman-teman grup “Wong Njobo”. Terimakasih *guys*, sudah kebersamai dari semester 4. Terimakasih atas ke-ambisius-an kalian

selama ini yang bikin aku selalu semangat mengerjakan tugas-tugas kuliah dengan baik dan tekun. Meskipun diakhir semester ini kita nggak berjuang bareng lagi, tapi kalian nggak pernah lupa satu sama lain. Jangan lupa untuk tetap bersahabat dan saling memberi kabar ya *guys*! Semangat selalu meraih cita-cita kalian!

9. Seluruh narasumber yaitu Tim Serviskita, saya ucapkan terimakasih karena telah berkenan untuk menjadi objek penelitian ini. Semoga penelitian saya memberikan manfaat bagi Serviskita dan juga keilmuan di masa depan.

10. Dan semua pihak yang telah terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan secara rinci satu persatu, yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Terimakasih atas bantuan dan semangat yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun, sangat dibutuhkan demi kemajuan penulis dan isi dalam penelitian ini agar menjadi lebih baik. Terakhir, harapan penulis adalah semoga makalah penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak serta bagi kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan yang ada. Amin.

**Surabaya, 28 Mei 2024**

**Penulis**

## **MOTTO**

*“Tidak apa jika posisi kita saat ini tertinggal jauh dari yang lain. Karena setiap manusia mempunyai waktu dan kesempatannya masing-masing. Kita boleh mengatur semua yang kita inginkan, tapi ada Tuhan yang Maha Menentukan.”*

*(Penulis)*

*“Susah, tapi Bismillah.”*

*(Fiersa Besari)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta dan khususnya  
untuk diri saya sendiri.



## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Nama : Dina Rachmawati  
NPM : 20043010007  
Fakultas : FISIP  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*) Serviskita dalam Membangun *Brand Awareness*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 28 Mei 2024  
Yang Menyatakan



## ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin pesat dan jenis usaha yang serupa menuntut para pelaku usaha harus bisa menciptakan strategi pemasaran yang baik dan tepat agar dapat bertahan serta mempertahankan jangkauan target pasarnya. Dengan semakin banyaknya bermunculan bisnis-bisnis serupa, sangat mudah sekali membuat suatu bisnis dapat tertinggal. Pesaing bisnis akan terus menerus muncul, sehingga perusahaan harus bisa mengendalikan diri untuk terus berprogres mencari cara dalam menjalankan usaha dengan strategi pemasaran yang baik. Demikian halnya dengan bisnis usaha servis. Usaha servis merupakan jenis usaha yang sangat mudah dan banyak ditemui diberbagai tempat, salah satunya yaitu Serviskita. Serviskita menciptakan brandingnya sebagai jasa servis “Konsultan IT” dan mengaku mempunyai strategi komunikasi yang unggul daripada jenis usaha servis lainnya yang ada. Dalam kegiatan komunikasi pemasarannya, Serviskita menjalankan beberapa elemen-elemen bauran komunikasi untuk membangun branding tersebut dan menciptakan *brand awareness* di masyarakat. Melalui penelitian ini, peneliti akan fokus pada bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu (IMC) yang dilakukan oleh Serviskita dalam membangun *brand awareness* nya ditengah banyaknya gempuran jenis usaha servis yang telah ada. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan strategi pemasarannya, Serviskita memanfaatkan 5 elemen bauran komunikasi pemasaran yaitu iklan, promosi penjualan, penjualan langsung, *internet marketing*, dan promosi penjualan. Melalui strategi komunikasi pemasaran terpadu tersebut, Serviskita cukup berhasil dalam mendapatkan perhatian dan membangun *brand awareness* nya sebagai “Konsultan IT” di masyarakat.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC), Brand Awareness, Serviskita*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ix
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori .....	10
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	12
2.2.3. Brand Awareness .....	18
2.3. Kerangka Berpikir .....	20
BAB III.....	22
METODOLOGI PENELITIAN .....	22
3.1. Metode Penelitian.....	22
3.2. Jenis Penelitian .....	23
3.3. Definisi Konseptual .....	25
3.3.1 Komunikasi Pemasaran .....	25
3.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) .....	25

3.4.	Lokasi Penelitian .....	26
3.5.	Subjek dan Objek Penelitian .....	26
3.6.	Kriteria Informan Penelitian.....	27
3.7.	Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.8.	Teknik Analisis Data .....	29
BAB IV .....		31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1	Serviskita .....	31
4.1.2	Identitas Informan .....	32
4.2	Penyajian dan Analisis Data .....	33
3.2.2	Tahap Perencanaan Komunikasi Pemasaran Serviskita .....	34
3.2.3	Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Serviskita.....	38
4.3	Pembahasan .....	55
4.3.1	Analisis SWOT Serviskita.....	55
4.3.4	Analisis <i>Marketing Mix</i> Serviskita melalui Unsur 4C.....	57
4.3.3	Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) .....	58
4.3.3	<i>Brand Awareness</i> Serviskita Terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran yang telah Dilakukan.....	65
BAB V.....		67
KESIMPULAN.....		67
5.1	Kesimpulan .....	67
5.2	Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....		70
LAMPIRAN.....		76
I.	<i>Interview Guide</i> .....	76
II.	Dokumentasi Wawancara.....	77
III.	Transkrip Hasil Wawancara.....	78

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	7
<b>Tabel 4. 1</b> Identitas Informan .....	32
<b>Tabel 4. 2</b> Unsur 4C dalam Marketing Mix Serviskita .....	57

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Piramida Brand Awareness.....	19
<b>Gambar 2. 2</b> Kerangka Berfikir .....	21
<b>Gambar 4. 1</b> Kegiatan Sebar Brosur .....	39
<b>Gambar 4. 2</b> Contoh poster Layanan Home Service di Serviskita yang Diunggah di Media Sosial.....	40
<b>Gambar 4. 3</b> Voucher Serviskita.....	41
<b>Gambar 4. 4</b> Contoh sales promotion Serviskita .....	46
<b>Gambar 4. 5</b> Interaksi audiens di kolom komentar Instagram @serviskita.....	47
<b>Gambar 4. 6</b> Konten edukasi Serviskita di Instagram .....	49
<b>Gambar 4. 7</b> Akun Instagram Serviskita .....	50
<b>Gambar 4. 8</b> Tampilan Website Serviskita .....	52
<b>Gambar 4. 9</b> Screenshot Akun TikTok dan Facebook Serviskita.....	53