

**IMPLEMENTASI KONSEP *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* (IMC) TIKET BERBASIS ONLINE CINEPOLIS
PONOROGO**



Disusun oleh:

Jacinda Illene Dickyana Putri

18240655

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

**IMPLEMENTASI KONSEP *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* (IMC) TIKET BERBASIS ONLINE CINEPOLIS
PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
dalam Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Disusun oleh:

Jacinda Illene Dickyana Putri

18240655

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Jacinda Illene Dickyana Putri / 18240655 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 11 Juni 2023

Pembimbing I



Dra. Niken Lestarini, M.Si

NIDN. 0020066503

Pembimbing II



Krisna Megantari, S.Sos., M.A

NIDN. 0724048604

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Jacinda Illene Dickyana Putri / 18240655 ini,

Telah dipertahankan didepan penguji pada,

Hari : Kamis

Tanggal : 20 Juli 2023

Pukul : 10.30

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Ayub Dwi A, M.Si., Ph.D

NIDN. 0725038605

Penguji II



Krisna Megantari, S.Sos., M.A

NIDN. 0724048604

Penguji III



Dra. Niken L, M.Si

NIDN. 0020066503

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



Ayub Dwi Anggoro, Ph. D

NIK. 19860325 201309 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jacinda Illene Dickyana Putri

No. Identitas (NIM) : 18240655

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

**“KONSEP *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC)
TIKET BERBASIS ONLINE CINEPOLIS PONOROGO”**

Adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya ilmiah intelektual dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Ponorogo, 11 Juni 2023

Penulis



Jacinda Illene Dickyana Putri

ABSTRAK

Implementasi Konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) Tiket Berbasis Online Cinepolis Ponorogo

(Jacinda Illene Dickyana Putri)

(18240655)

Skripsi ini berjudul Implementasi Konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) Tiket Berbasis Online Cinepolis Ponorogo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Implementasi Konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) Tiket Berbasis Online Cinepolis Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang memberikan gejala, fakta, atau kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat penelitian untuk menganalisa kebenaran berdasarkan data yang diperoleh. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Pembahasannya dianalisis melalui hasil wawancara, studi pustaka, dan interpretasi. Informan dalam penelitian adalah Ardiyanti sebagai Crew di Bioskop Cinepolis Ponorogo, Anis Nurofiah sebagai Crew di Bioskop Cinepolis Ponorogo, Khoirul sebagai MOD di Bioskop Cinepolis Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah mengadakan pengamatan langsung, membahas, dan menganalisis hasil penelitian dapat disimpulkan sesuai dengan kajian tentang analisis komunikasi pemasaran tiket berbasis online di Cinepolis Ponorogo adalah menerapkan 8 komponen IMC yaitu: (1) *Direct Marketing*, (2) *Sales Promotion*, (3) *Public Relations*, (4) *Personal Selling*, (5) *Advertising*, (6) *Word Of Mouth (WOM)*, (7) *Events And Experiences*, dan (8) *Interactive Marketing*. Berdasarkan 8 komponen tersebut hanya 3 komponen yang sudah diterapkan secara maksimal dalam menarik konsumen untuk membeli tiket nonton berbasis online yaitu: (1) *Direct Marketing*, (2) *Sales Promotion*, dan (3) *Personal Selling*.

Kata Kunci: Implementasi, Konsep IMC, Tiket, Cinepolis.

ABSTRACT

Implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) Concept of Online Based Ticket Cinepolis Ponorogo

(Jacinda Illene Dickyana Putri)

(18240655)

This thesis is entitled Implementation of the Integrated Marketing Communication (IMC) Concept of Online-Based Tickets Cinepolis Ponorogo. The purpose of this study is to determine the Implementation of the Integrated Marketing Communication (IMC) Concept of Online Based Tickets Cinepolis Ponorogo. This research uses a qualitative descriptive approach method, which is research that provides symptoms, facts, or events systematically and accurately regarding the nature of research to analyze the truth based on the data obtained. Data collection techniques use interview and documentation techniques. The discussion is analyzed through the results of interviews, literature studies, and interpretations. The results showed that after conducting direct observations, discussing, and analyzing the results of the research can be concluded in accordance with the study of online-based ticket marketing communication analysis at Cinepolis Ponorogo is to apply 8 components of IMC, namely: (1) direct marketing (2) sales promotion (3) public relations (4) personal selling (5) advertising (6) word of mouth marketing (7) events, and (8) interactive marketing. Based on these 8 components, only 3 components have been maximally applied in attracting consumers to buy online-based movie tickets, namely: 1) sales promotion, 2) direct marketing and 3) personal sales.

Keywords: Implementation, IMC Concept, Ticketing, Cinepolis.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat sehat, rahmat serta karunia-Nya, sehingga dengan kesungguhan hati dan Ridho-Nyalah peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Kampanye E-Tilang Polri Di Sosial Media”. Skripsi ini merupakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan berkat dukungan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Ayub Dwi Anggoro, S. Ikom., M. Si. Ph. D selaku Dekan FISIP Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bimbingan selama masa perkuliahan.
4. Teman-teman angkatan 2018 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

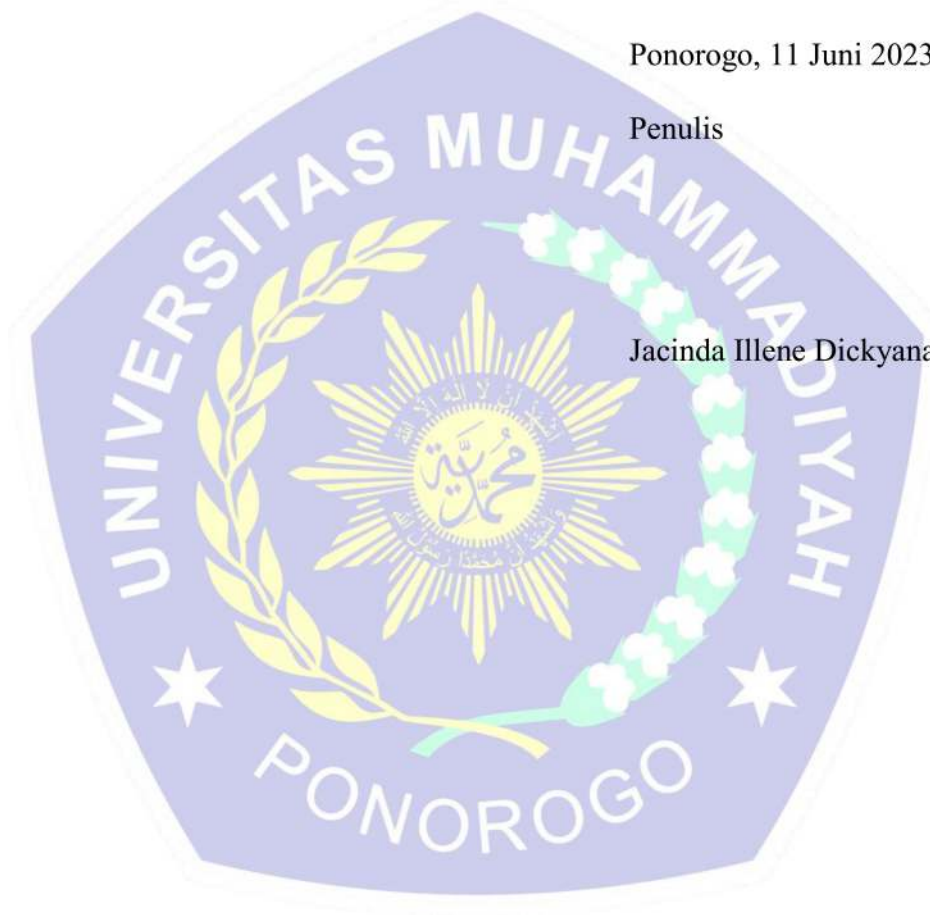
Dengan tulus dan ikhlas penulis hanya dapat membalas dengan ucapan terimakasih banyak, dan semoga niat baik mereka di ridhoi oleh Allah SWT.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan dan pengetahuan peneliti, untuk itu kritik dan saran yang membangun senantiasa peneliti harapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT berkenan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada berbagai pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya serta pembaca pada umumnya.

Ponorogo, 11 Juni 2023

Penulis

Jacinda Illene Dickyana Putri



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	8
2.1.2 Bentuk Komunikasi.....	9
2.1.3 Fungsi Komunikasi.....	13
2.1.4 Hambatan Komunikasi	16
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Konsep <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	20
2.3 Media Baru dan Media Sosial.....	22
2.3.1 Media Baru (New Media).....	22
2.3.2 Media Sosial/Media Online	24
2.4 Kerangka Pemikiran	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Tempat dan Waktu.....	27
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	27

3.3	Objek dan Subjek Penelitian	27
3.3.1	Objek Penelitian	27
3.3.2	Subjek Penelitian	28
3.4	Sumber Data	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	32
3.6	Teknik Analisis Data	35
BAB IV		41
HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Cinepolis Ponorogo	41
4.1.1	Profil Cinepolis Ponorogo	41
4.1.2	Visi Misi Cinepolis	44
4.2	Hasil Penelitian	45
4.2.1	Penerapan Konsep <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> Pemasaran Tiket Berbasis Online Cinepolis Ponorogo	45
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.3.1	Penerapan Konsep <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> Pemasaran Tiket Berbasis Online Cinepolis Ponorogo	66
BAB V		74
PENUTUP		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		76