

**STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI TOKO  
BUAH LARIS MANIS PONOROGO**

**SKRIPSI**



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

**2020**

Skripsi Allisya Nurmayda Maharani/16240495 Ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Oleh Allisya Nurmayda Maharani Ini, Telah dipertahankan didepan penguji pada :

Hari : Jum'at  
Tanggal : 14 Agustus 2020  
Pukul :11.00



### PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH

Nama : Allisya Nurmayda Maharani  
NIM : 16240495  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI TOKO BUAH LARIS MANIS PONOROGO" merupakan asli pemikiran saya dan tidak terdapat pendapat atau karya yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain baik yang tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan pustaka

Apabila terdapat plagiarisme dalam skripsi saya dapat dibuktikan, saya bersedia ijazah saya dibatalkan dan diproses sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya

Ponorogo, 07 Agustus 2020



Allisya Nurmayda Maharani

## **MOTTO**

Saya Tidak Gagal. Saya Hanya Menemukan 10.000 Cara Yang Tidak Berfungsi (Thomas A. Edison)



## PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, suamiku tercinta, saudara- saudaraku serta teman- teman universitas Muhammdiyah Ponorogo dan semua pihak yang telah bertanya “kapan sidang?”, “kapan wisuda?”, “kapan nyusul?” dan sejenisnya.

Kalian adalah alasan saya segera menyelesaikan tugas akhir ini.



# STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI TOKO

## BUAH LARIS MANIS PONOROGO

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Muhammadiyah Ponorogo  
Jl Budi Utomo No 10 Ponorogo  
Email: umpo.ac.id

### ABSTRAK

Strategi komunikasi yang sukses adalah strategi komunikasi yang berhasil berkomunikasi dengan konsumen melalui cerita yang tercermin dari tampilan strategi komunikasi . Kisah strategi komunikasi memainkan peran penting dalam membantu konsumen memahami serta mengingat dalam memori strategi komunikasi tentang identitas sebuah strategi komunikasi. Konsumen menggabungkan informasi dari pengalaman tersebut menjadi sebuah persepsi yang dapat bersifat positif atau negatif. Penggunaan *brand* dapat dilihat dari tataran generik (*brand name*) maupun sampai dengan tahapan pemaknaan konsumen. Jenis penelitian ini adalah kualitatif research. Pengambilan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisa data dengan pengumpulan data, pengelompokan data dan analisis data. Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi dalam strategi komunikasi di toko Laris Manis meliputi tujuan, desain, serta elemen strategi komunikasi untuk membantu dalam meningkatkan penjualan di toko buah Laris Manis. Kelebihan dari komunikasi dari toko buah ini jumlah yang banyak serta penempatan strategi komunikasi di tempat yang strategis serta penggunaan strategi komunikasi disertai dengan kegiatan promo dan lokasi yang strategis.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Toko Buah Laris Manis

## KATA PENGANTAR

*Puji syukur* penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga dapat menyelesaikan laporan penelitian ini. Penelitian ini disusun atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

Penelitian ini disusun atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan jasa yang tidak ternilai dan terukur besarnya.
2. Rektor Universitas Muhammdiyah Ponorogo yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian skripsi.
3. Bapak ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik telah memberikan bimbingan, semangat dan motivasi yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak ibu dosen telah memberikan bimbingan penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman mahasiswa Universitas Muhammdiyah Ponorogo.
6. Serta semua pihak yang telah membantu sehingga tesis ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bila dalam penyusunan penelitian ini masih terdapat kekurangan, untuk itu kritikan, saran, dan masukan dari semua pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan para pembaca.

Ponorogo, 07 Agustus 2020

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN BERITA ACARA UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan masalah.....	4
C. Tujuan penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	6
a) Komunikasi .....	6
a. Pengertian Komunikasi .....	6
b. Tujuan Komunikasi .....	9

c. Model Komunikasi .....	11
d. Komponen Komunikasi .....	13
e. Proses Komunikasi .....	17
b) Penjualan .....	23
a. Pengertian Penjualan .....	23
b. Elemen Penjualan .....	25
B. Kerangka pemikiran .....	29

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

A. Jenis penelitian .....	30
B. Lokasi .....	30
C. Kehadiran peneliti .....	30
D. Data Dan Sumber Data .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Metode Analisa Data .....	32

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Profil Lokasi Penelitian .....	34
B. Hasil penelitian .....	34
C. Pembahasan .....	35
a. Komunikasi di Toko Buah Laris Manis .....	35
b. Strategi Komunikasi di Toko Buah Laris Manis .....	37
c. Proses Komunikasi di Toko Buah Laris Manis .....	41
d. Penerapan Komunikasi di Toko Buah Laris Manis .....	42

e. Analisa Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Penjualan di Toko Buah  
Laris Manis .....44

**BAB VI: PENUTUP**

A. Kesimpulan.....56  
B. Saran .....56

**DAFTAR PUSTAKA**

